

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

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

Дата подписания: 29.06.2026 13:18:41

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: преддипломная

тип практики: Производственная практика: преддипломная

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

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Самара 2026

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: преддипломная

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

Способ проведения практики – стационарная (может проводиться в структурных подразделениях ФГБОУ ВО «СГЭУ» либо в профильной организации, расположенной на территории г. Самара), выездная (проводится в профильных организациях, расположенных на территории других населенных пунктов).

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную, производственную, в том числе преддипломную практики, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

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

тип практики: Производственная практика: 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

В результате успешного освоения магистерской программы у выпускника-магистра должны быть сформированы следующие компетенции:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения		
	Знать	Уметь	Владеть
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>			
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления			
ОПК 1.1. Решает профессиональные задачи на основе знаний экономической, организационной и управленческой теории;	ОПК -1.1 Знать	ОПК -1.1 Уметь	ОПК -1.1 Владеть
	Фундаментальные экономические, организационные и управленческие теории, применяемые для решения профессиональных задач в маркетинге и брендин-	Применять экономические, организационные и управленческие концепции для решения сложных профессиональных задач в маркетинго-	Методами экономического и организационного анализа, необходимыми для принятия стратегических решений при управлении брендом

	ге.	вых коммуникациях.	и коммуникациями.
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.		
ОПК 1.2. Реализует профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК -1.2 Знать	ОПК -1.2 Уметь	ОПК -1.2 Владеть
	Современные инновационные подходы к управлению брендом, методы критического анализа и обобщения передовых маркетинговых практик.	Критически анализировать управленческие практики, обобщать опыт и применять инновационные подходы для решения профессиональных задач.	Инструментами критического анализа практик, методами обобщения опыта и технологиями внедрения инноваций в управление брендом.
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.		
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач			
ОПК-2.1. Применяет современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа;	ОПК -2.1 Знать	ОПК -2.1 Уметь	ОПК -2.1 Владеть
	Современные техники сбора маркетинговых данных, алгоритмы их обработки и продвинутые методы статистического анализа поведения потребителей.	Собирать маркетинговую информацию, применять продвинутые алгоритмы обработки данных для получения ценных аналитических выводов.	Цифровыми средствами сбора и визуализации данных, продвинутыми методами статистического анализа и инструментами предиктивной аналитики.
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 при-		

	менять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-2.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК -2.2 Знать	ОПК -2.2 Уметь	ОПК -2.2 Владеть
	Принципы функционирования интеллектуальных систем анализа информации, платформы больших данных и алгоритмы машинного обучения в исследованиях.	Использовать интеллектуальные системы для решения управленческих задач, автоматизировать маркетинговые исследования и извлекать ценные инсайты.	Инструментами интеллектуального анализа, нейросетевыми платформами и технологиями автоматизации управленческой и исследовательской деятельности в маркетинге.
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.		
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды			
ОПК-3.1. Принимает самостоятельные, обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает операционную, организационную эффективность и социальную значимость управленческих решений;	ОПК -3.1 Знать	ОПК -3.1 Уметь	ОПК -3.1 Владеть
	Методы принятия управленческих решений, критерии оценки операционной эффективности и показатели социальной значимости маркетинговых инициатив.	Самостоятельно принимать обоснованные управленческие решения, оценивать их операционную эффективность и социальную значимость для потребителей.	Инструментами принятия управленческих решений, методами оценки операционной эффективности и анализа социальной значимости проектов.
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.		
ОПК-3.2. Обеспечивает реализацию управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и ди-	ОПК -3.2 Знать	ОПК -3.2 Уметь	ОПК -3.2 Владеть
	Специфику реализации управленческих решений в динамичной кросс-культурной сре-	Реализовывать управленческие решения, адаптироваться к изменениям	Инструментами гибкого управления, технологиями кросс-культурной комму-

намичной среды;	де, факторы сложности и методы адаптации.	динамичной среды и преодолевать барьеры кросс-культурного взаимодействия.	никации и методами минимизации рисков в условиях неопределенности.
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.		
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций			
ОПК-4.1. Руководит проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК -4.1 Знать	ОПК -4.1 Уметь	ОПК -4.1 Владеть
	Современные практики управления проектами и процессами, теории лидерства и модели эффективной деловой коммуникации.	Руководить проектной и процессной деятельностью, применяя лидерские качества и коммуникативные навыки для достижения целей.	Инструментами современного проектного и процессного управления, техниками ситуационного лидерства и технологиями корпоративных коммуникаций.
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.		
ОПК-4.2. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК -4.2 Знать	ОПК -4.2 Уметь	ОПК -4.2 Владеть
	Методы выявления рыночных возможностей, принципы разработки инновационных моделей бизнеса и стратегии развития новых направлений.	Оценивать новые рыночные возможности, проектировать стратегии инновационного развития и создавать эффективные модели бизнеса организации.	Инструментами комплексного анализа рыночных ниш, методами проектирования моделей бизнеса и технологиями стратегического планирования инноваций.
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.		
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты			
ОПК-5.1. Обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях;	ОПК -5.1 Знать	ОПК -5.1 Уметь	ОПК -5.1 Владеть
	Методологию критического анализа научных исследований, современные концепции менеджмента и критерии оценки смежных маркетинговых разработок.	Обобщать результаты научных исследований, критически оценивать публикации в области менеджмента и смежных маркетинговых дисциплин.	Инструментами поиска научной литературы, базами данных исследований и технологиями критической оценки менеджмента и маркетинга.
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.		
ОПК-5.2. Выполняет научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях;	ОПК -5.2 Знать	ОПК -5.2 Уметь	ОПК -5.2 Владеть
	Методы систематизации научных данных, парадигмы современного менеджмента и стандарты оценки смежных маркетинговых исследований.	Синтезировать выводы научных работ, объективно оценивать их достоверность и применимость в маркетинговых коммуникациях.	Навыками работы с академическими базами, инструментами проверки научной достоверности и методами синтеза данных.
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.		
<i>Профессиональные компетенции (ПК)</i>			
ПК-1 Способен разрабатывать маркетинговые программы, адаптируя элементы комплекса мар-			

кетинга под условия спроса			
ПК-1.1 Разрабатывает и тестирует внедрение инновационных товаров (услуг);	ПК -1.1 Знать	ПК -1.1 Уметь	ПК -1.1 Владеть
	Методы разработки инновационных продуктов, алгоритмы их тестирования и особенности внедрения новых товаров на рынок.	Создавать концепции инновационных товаров, планировать их тестирование и организовывать успешное внедрение на целевой рынок.	Инструментами прототипирования продуктов, методами проведения маркетинговых тестов и технологиями коммерциализации инновационных товаров и услуг.
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 Создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	ПК -1.2 Знать	ПК -1.2 Уметь	ПК -1.2 Владеть
	Теорию создания нематериальных активов, методологии оценки бренда и принципы управления портфелем брендов в организации.	Разрабатывать архитектуру и идентичность бренда, управлять его капиталом и внедрять стратегии роста нематериальных активов.	Инструментами построения бренда, современными системами измерения капитала бренда и технологиями корпоративного управления нематериальными активами.
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 Способен разрабатывать сбытовую политику организации, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) товаров			
ПК 2.1. Разрабатывает и внедряет системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;	ПК -2.1 Знать	ПК -2.1 Уметь	ПК -2.1 Владеть
	Теоретические основы построения каналов дистрибуции, методы формирования сбытовой политики и модели распределения товаров.	Проектировать каналы сбыта, выбирать посредников и внедрять сбытовую политику для максимизации охвата целевого	Инструментами управления цепями поставок, методами оценки эффективности каналов сбыта и технологиями кон-

		рынка.	троля дистрибуционной сети.
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. Совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;	ПК -2.2 Знать	ПК -2.2 Уметь	ПК -2.2 Владеть
	Современные тренды дистрибуции, методы оптимизации каналов сбыта и критерии оценки эффективности сбытовой политики организации.	Анализировать действующие системы дистрибуции, выявлять резервы и совершенствовать сбытовую политику для повышения прибыльности бизнеса.	Инструментами цифровизации дистрибуции, методами управления конфликтами в каналах сбыта и технологиями автоматизации продаж организации.
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, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации			
ПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.1 Знать	ПК -3.1 Уметь	ПК -3.1 Владеть
	Теорию интегрированных маркетинговых коммуникаций, модели построения систем и принципы их успешного внедрения в современных организациях.	Разрабатывать и внедрять системы маркетинговых коммуникаций, выбирать каналы и координировать продвижение для достижения стратегических целей.	Инструментами управления коммуникационным миксом, современными цифровыми платформами продвижения и методами оценки эффективности внедренных коммуникационных систем.
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.		

	дач.		
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 Совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.2 Знать	ПК -3.2 Уметь	ПК -3.2 Владеть
	Методы аудита действующих маркетинговых коммуникаций, современные инструменты оптимизации и критерии оценки эффективности коммуникационных систем.	Анализировать эффективность действующих коммуникаций, выявлять скрытые резервы и внедрять улучшения для оптимизации маркетинговых систем.	Инструментами оптимизации интегрированных коммуникаций, современными технологиями сквозной аналитики и программным обеспечением управления корпоративными системами.
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 Способен управлять маркетинговой деятельностью организации			
ПК4.1. Производит стратегический анализ рыночных возможностей организации для адаптации маркетинговой стратегии;	ПК -4.1 Знать	ПК -4.1 Уметь	ПК -4.1 Владеть
	Методы стратегического анализа рынка, инструменты оценки рыночных возможностей и принципы адаптации маркетинговой стратегии организации.	Проводить стратегический анализ рыночных возможностей, выявлять точки роста и адаптировать маркетинговую стратегию к изменениям.	Инструментами стратегического анализа рынка, методами прогнозирования трендов и технологиями корректировки маркетинговых стратегий под конъюнктуру рынка
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. Формирует маркетинговую стратегию организации	ПК -4.2 Знать	ПК -4.2 Уметь	ПК -4.2 Владеть
	Основы стратегического маркетинга, современ-	Разрабатывать маркетинговую страте-	Инструментами стратегического пла-

	менные модели формирования маркетинговой стратегии и принципы создания конкурентных преимуществ организации.	гию, ставить стратегические цели и выстраивать планы развития для достижения коммерческих результатов.	нирования, методами конкурентного анализа и технологиями контроля реализации маркетинговой стратегии в организации.
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.		

Указание места практики в структуре образовательной программы.

Раздел основной образовательной программы магистратуры Б.2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» является обязательным и представляет собой форму практической подготовки, непосредственно ориентированную на будущую деятельность обучающихся.

3. 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
4	6	9	324/3	Зачет с оценкой

4. Содержание практики.

№ п/п	Разделы (этапы) практики и виды работы	Результат обучения при прохождении практики
1	<p>Подготовительный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. – Прохождение инструктажа по технике безопасности. – - Получение индивидуального задания от руководителя практики 	ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.
2	<p>Основной этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Сбор, обработка и анализ фактического материала в соответствии с индивидуальным заданием. – Выполнение индивидуального задания; 	ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2.,

	– Периодический отчет перед руководителем практики о ходе выполнения индивидуального задания.	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.
3	Заключительный этап: 1. Синтез собранного фактического материала, подготовка аналитического материала в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Подготовка отчетной документации по итогам практики.	ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.
4	Оценка результатов прохождения практики обучающимися (дифференцированный зачет с оценкой)	ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.

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
ОПК-1.1.	+	+
ОПК-1.2.	+	+
ОПК-2.1.	+	+
ОПК-2.2.	+	+
ОПК-3.1.	+	+
ОПК-3.2.	+	+
ОПК-4.1.	+	+
ОПК-4.2.	+	+
ОПК-5.1.	+	+
ОПК-5.2.	+	+
ПК-1.1.	+	+
ПК-1.2.	+	+
ПК-2.1.	+	+
ПК-2.2.	+	+
ПК-3.1.	+	+
ПК-3.2.	+	+
ПК-4.1.	+	+
ПК-4.2.	+	+

Этап формирования компетенций ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.– завершающий

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения		
	Знать	Уметь	Владеть
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)			
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления			
ОПК 1.1. Решает профессиональные задачи на основе знаний экономической, организационной и управленческой теории;	ОПК -1.1 Знать	ОПК -1.1 Уметь	ОПК -1.1 Владеть
	Фундаментальные экономические, организационные и управленческие теории, применяемые для решения профессиональных задач в маркетинге и брендинге.	Применять экономические, организационные и управленческие концепции для решения сложных профессиональных задач в маркетинговых коммуникациях.	Методами экономического и организационного анализа, необходимыми для принятия стратегических решений при управлении брендом и коммуникациями.
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.		
ОПК 1.2. Реализует профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК -1.2 Знать	ОПК -1.2 Уметь	ОПК -1.2 Владеть
	Современные инновационные подходы к управлению брендом, методы критического анализа и обобщения передовых маркетинговых практик.	Критически анализировать управленческие практики, обобщать опыт и применять инновационные подходы для решения профессиональных задач.	Инструментами критического анализа практик, методами обобщения опыта и технологиями внедрения инноваций в управление брендом.
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.		

	ми и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач			
ОПК-2.1. Применяет современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа;	ОПК -2.1 Знать	ОПК -2.1 Уметь	ОПК -2.1 Владеть
	Современные техники сбора маркетинговых данных, алгоритмы их обработки и продвинутые методы статистического анализа поведения потребителей.	Собирать маркетинговую информацию, применять продвинутые алгоритмы обработки данных для получения ценных аналитических выводов.	Цифровыми средствами сбора и визуализации данных, продвинутыми методами статистического анализа и инструментами предиктивной аналитики.
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.		
ОПК-2.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК -2.2 Знать	ОПК -2.2 Уметь	ОПК -2.2 Владеть
	Принципы функционирования интеллектуальных систем анализа информации, платформы больших данных и алгоритмы машинного обучения в исследованиях.	Использовать интеллектуальные системы для решения управленческих задач, автоматизировать маркетинговые исследования и извлекать ценные инсайты.	Инструментами интеллектуального анализа, нейросетевыми платформами и технологиями автоматизации управленческой и исследовательской деятельности в маркетинге.
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.		
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды			
ОПК-3.1. Принимает са-	ОПК -3.1 Знать	ОПК -3.1 Уметь	ОПК -3.1 Владеть

мостоятельные, обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает операционную, организационную эффективность и социальную значимость управленческих решений;	Методы принятия управленческих решений, критерии оценки операционной эффективности и показатели социальной значимости маркетинговых инициатив.	Самостоятельно принимать обоснованные управленческие решения, оценивать их операционную эффективность и социальную значимость для потребителей.	Инструментами принятия управленческих решений, методами оценки операционной эффективности и анализа социальной значимости проектов.
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.		
ОПК-3.2. Обеспечивает реализацию управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;	ОПК -3.2 Знать	ОПК -3.2 Уметь	ОПК -3.2 Владеть
	Специфику реализации управленческих решений в динамичной кросс-культурной среде, факторы сложности и методы адаптации.	Реализовывать управленческие решения, адаптироваться к изменениям динамичной среды и преодолевать барьеры кросс-культурного взаимодействия.	Инструментами гибкого управления, технологиями кросс-культурной коммуникации и методами минимизации рисков в условиях неопределенности.
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.		
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций			
ОПК-4.1. Руководит проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК -4.1 Знать	ОПК -4.1 Уметь	ОПК -4.1 Владеть
	Современные практики управления проектами и процессами, теории лидерства и модели эффективной деловой коммуникации.	Руководить проектной и процессной деятельностью, применяя лидерские качества и коммуникативные навыки для достижения целей.	Инструментами современного проектного и процессного управления, техниками ситуационного лидерства и технологиями корпоратив-

			ных коммуникаций.
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.		
ОПК-4.2. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК -4.2 Знать	ОПК -4.2 Уметь	ОПК -4.2 Владеть
	Методы выявления рыночных возможностей, принципы разработки инновационных моделей бизнеса и стратегии развития новых направлений.	Оценивать новые рыночные возможности, проектировать стратегии инновационного развития и создавать эффективные модели бизнеса организации.	Инструментами комплексного анализа рыночных ниш, методами проектирования моделей бизнеса и технологиями стратегического планирования инноваций.
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.		
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты			
ОПК-5.1. Обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях;	ОПК -5.1 Знать	ОПК -5.1 Уметь	ОПК -5.1 Владеть
	Методологию критического анализа научных исследований, современные концепции менеджмента и критерии оценки смежных маркетинговых разработок.	Обобщать результаты научных исследований, критически оценивать публикации в области менеджмента и смежных маркетинговых дисциплин.	Инструментами поиска научной литературы, базами данных исследований и технологиями критической оценки менеджмента и маркетинга.
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 при-		

	менять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-5.2. Выполняет научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях;	ОПК -5.2 Знать	ОПК -5.2 Уметь	ОПК -5.2 Владеть
	Методы систематизации научных данных, парадигмы современного менеджмента и стандарты оценки смежных маркетинговых исследований.	Синтезировать выводы научных работ, объективно оценивать их достоверность и применимость в маркетинговых коммуникациях.	Навыками работы с академическими базами, инструментами проверки научной достоверности и методами синтеза данных.
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.		
Профессиональные компетенции (ПК)			
ПК-1 Способен разрабатывать маркетинговые программы, адаптируя элементы комплекса маркетинга под условия спроса			
ПК-1.1 Разрабатывает и тестирует внедрение инновационных товаров (услуг);	ПК -1.1 Знать	ПК -1.1 Уметь	ПК -1.1 Владеть
	Методы разработки инновационных продуктов, алгоритмы их тестирования и особенности внедрения новых товаров на рынок.	Создавать концепции инновационных товаров, планировать их тестирование и организовывать успешное внедрение на целевой рынок.	Инструментами прототипирования продуктов, методами проведения маркетинговых тестов и технологиями коммерциализации инновационных товаров и услуг.
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 Создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	ПК -1.2 Знать	ПК -1.2 Уметь	ПК -1.2 Владеть
	Теорию создания нематериальных активов, методологии оценки бренда и принципы управления портфелем	Разрабатывать архитектуру и идентичность бренда, управлять его капиталом и внедрять стратегии	Инструментами построения бренда, современными системами измерения капитала бренда и тех-

	брендов в организации.	роста нематериальных активов.	нологиями корпоративного управления нематериальными активами.
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 Способен разрабатывать сбытовую политику организации, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) товаров			
ПК 2.1. Разрабатывает и внедряет системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;	ПК -2.1 Знать	ПК -2.1 Уметь	ПК -2.1 Владеть
	Теоретические основы построения каналов дистрибуции, методы формирования сбытовой политики и модели распределения товаров.	Проектировать каналы сбыта, выбирать посредников и внедрять сбытовую политику для максимизации охвата целевого рынка.	Инструментами управления цепями поставок, методами оценки эффективности каналов сбыта и технологиями контроля дистрибуционной сети.
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. Совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;	ПК -2.2 Знать	ПК -2.2 Уметь	ПК -2.2 Владеть
	Современные тренды дистрибуции, методы оптимизации каналов сбыта и критерии оценки эффективности сбытовой политики организации.	Анализировать действующие системы дистрибуции, выявлять резервы и совершенствовать сбытовую политику для повышения прибыльности бизнеса.	Инструментами цифровизации дистрибуции, методами управления конфликтами в каналах сбыта и технологиями автоматизации продаж организации.
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, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации			
ПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.1 Знать	ПК -3.1 Уметь	ПК -3.1 Владеть
	Теорию интегрированных маркетинговых коммуникаций, модели построения систем и принципы их успешного внедрения в современных организациях.	Разрабатывать и внедрять системы маркетинговых коммуникаций, выбирать каналы и координировать продвижение для достижения стратегических целей.	Инструментами управления коммуникационным миксом, современными цифровыми платформами продвижения и методами оценки эффективности внедренных коммуникационных систем.
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 Совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.2 Знать	ПК -3.2 Уметь	ПК -3.2 Владеть
	Методы аудита действующих маркетинговых коммуникаций, современные инструменты оптимизации и критерии оценки эффективности коммуникационных систем.	Анализировать эффективность действующих коммуникаций, выявлять скрытые резервы и внедрять улучшения для оптимизации маркетинговых систем.	Инструментами оптимизации интегрированных коммуникаций, современными технологиями сквозной аналитики и программным обеспечением управления корпоративными системами.
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 Способен управлять маркетинговой деятельностью организации			
ПК4.1. Производит стратегический анализ рыночных возможностей организации для адаптации маркетинговой стратегии;	ПК -4.1 Знать	ПК -4.1 Уметь	ПК -4.1 Владеть
	Методы стратегического анализа рынка, инструменты оценки рыночных возможностей и принципы адаптации маркетинговой стратегии организации.	Проводить стратегический анализ рыночных возможностей, выявлять точки роста и адаптировать маркетинговую стратегию к изменениям.	Инструментами стратегического анализа рынка, методами прогнозирования трендов и технологиями корректировки маркетинговых стратегий под конъюнктуру рынка
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. Формирует маркетинговую стратегию организации	ПК -4.2 Знать	ПК -4.2 Уметь	ПК -4.2 Владеть
	Основы стратегического маркетинга, современные модели формирования маркетинговой стратегии и принципы создания конкурентных преимуществ организации.	Разрабатывать маркетинговую стратегию, ставить стратегические цели и выстраивать планы развития для достижения коммерческих результатов.	Инструментами стратегического планирования, методами конкурентного анализа и технологиями контроля реализации маркетинговой стратегии в организации.
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. Основной перечень нормативных документов, регламентирующих деятельность работников.
4. Основные функциональные обязанности сотрудников организации (структурного подразделения, где проходила практика)
5. Правила внутреннего трудового распорядка в организации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценки	Код оцениваемых компетенций	Уровень сформированности компетенций
Зачтено (с оценкой «Отлично»)	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2,	Повышенный

	<p>нарушены;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.</p>	
<p>Зачтено (с оценкой «Хорошо»)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.</p>	<p>Стандартный</p>

Зачтено (с оценкой «Удовлетворительно»)	<p>– индивидуальное задание в целом выполнено, но имеются недостатки в выполнении отдельных заданий.</p> <p>– 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.</p> <p>– сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета нарушены;</p> <p>– в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует недостаточную полноту знаний, допускает ошибки в использовании специальной терминологии, неглубоко анализирует материал, сущность вопроса раскрывает только после наводящих вопросов преподавателя.</p> <p>– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</p>	ОПК-1.1., ОПК-1.2., ОПК-2.1., ОПК-2.2., ОПК-3.1., ОПК-3.2., ОПК-4.1., ОПК-4.2., ОПК-5.1., ОПК-5.2., ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.	Пороговый
Не зачтено (с оценкой «Неудовлетворительно»)	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне		

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение, необходимое для проведения практики

9.1 Литература:

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Анализ и прогнозирование рынка: учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 296 с - 978-5-534-15179-4. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588903> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 304 с - 978-5-534-08764-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584368> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим

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. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин,. - Поведение потребителей - Москва: Дашков и К, 2023. - 310 с. - 978-5-394-05147-0. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/144034.html> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
6. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебник для вузов / С. М. Емельянов. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 218 с - 978-5-534-16787-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585359> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
7. 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
8. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебник для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин. - Москва: Юрайт, 2026. - 181 с - 978-5-534-05522-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585606> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
9. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 365 с - 978-5-534-20456-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590681> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
10. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 422 с - 978-5-534-19913-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583347> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература:

1. Кузнецова, Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков: учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 266 с - 978-5-534-16805-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586963> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. 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
3. Методы принятия управленческих решений: учебник для вузов / П. В. Иванов, И. А. Дашкова, И. В. Ткаченко, В. И. Костылев, Н. С. Захарченко. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 351 с - 978-5-534-16409-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586942> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. 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

5. Староверова, К. О. Менеджмент. Эффективность управления: учебник для вузов / К. О. Староверова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 269 с - 978-5-534-09017-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584706> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

6. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 255 с - 978-5-534-05503-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585199> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

7. 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

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

9.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

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

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