

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 13:08:41

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e9674ddd2

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

**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт менеджмента маркетинга, логистики и сервиса**

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 27 мая 2026 г. )

## **ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

вид практики: производственная практика

тип практики: производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности

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

## 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 практика

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

**Тип практики:** производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности.

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>Универсальные компетенции (УК)</i>			
УК.1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий			
УК-1.1 Проводит критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода;	УК-1.1 Знать теоретические основы системного анализа, методологии критического мышления и модели диагностики проблем маркетинговых коммуникаций.	УК-1.1 Уметь выявлять скрытые причины кризисов бренда, применяя системный подход для оценки факторов маркетинговой среды.	УК-1.1 Владеть навыками комплексной диагностики репутационных рисков и инструментами принятия стратегических решений в управлении 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.		
УК–1.2 Вырабатывает стратегию действий в проблемных ситуациях;	УК-1.2 Знать Методы стратегического планирования, модели антикризисных	УК-1.2 Уметь Формулировать стратегические альтернативы, выбирать	УК-1.2 Владеть Инструментами сценарного прогнозирования, технологиями

	коммуникаций и алгоритмы разработки планов действий в нестандартных ситуациях.	оптимальные решения и выстраивать планы действий для защиты репутации бренда.	антикризисного управления и приемами реализации стратегических решений 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.		
УК.2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла			
УК 2.1. Анализирует этапы жизненного цикла проекта;	УК-2.1 Знать	УК-2.1 Уметь	УК-2.1 Владеть
	Особенности этапов жизненного цикла маркетинговых проектов, методы оценки результативности и инструменты контроля на каждой стадии.	Анализировать текущую стадию реализации маркетингового проекта, выявлять риски и корректировать план достижения стратегических целей бренда.	Методами мониторинга прогресса маркетинговых инициатив, программным обеспечением управления проектами и технологиями оценки эффективности отдельных этапов.
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.		
УК 2.2. Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла;	УК-2.2 Знать	УК-2.2 Уметь	УК-2.2 Владеть
	методологию управления проектами, специфику этапов жизненного цикла и современные инструменты планирования ресурсов.	координировать работу команды, распределять ресурсы и контролировать сроки на всех этапах жизненного цикла проекта.	организационным обеспечением управления проектами, гибкими методологиями и технологиями минимизации рисков на всех стадиях реализации.
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 теорети-		

	ческие 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.		
УК.3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели			
УК-3.1. Организует работу команды для достижения поставленной цели;	УК-3.1 Знать	УК-3.1 Уметь	УК-3.1 Владеть
	Принципы формирования команды, методы мотивации, делегирования и контроля для достижения стратегических маркетинговых целей.	Грамотно распределять роли, ставить четкие задачи и мотивировать сотрудников для достижения маркетинговых целей.	Навыками ситуационного лидерства, современными инструментами формирования команд и технологиями управления эффективностью маркетинговых специалистов.
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.		
УК-3.2. Вырабатывает командную стратегию и руководит работой команды;	УК-3.2 Знать	УК-3.2 Уметь	УК-3.2 Владеть
	Методы формирования командной стратегии, модели лидерства и принципы синхронизации командных целей с маркетинговыми задачами.	Разрабатывать эффективную стратегию работы команды, расставлять приоритеты и направлять сотрудников для достижения маркетинговых целей.	Инструментами стратегического лидерства, современными техниками управления командой и методами контроля эффективности работы маркетинговых специалистов.
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.		
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия			
УК-4.1.Применяет со-	УК-4.1 Знать	УК-4.1 Уметь	УК-4.1 Владеть

временные коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия;	Современные цифровые платформы, сервисы совместной работы, инструменты сетевого взаимодействия и нормы профессионального делового этикета.	Организовывать виртуальное взаимодействие, проводить цифровые презентации и использовать сервисы для совместной работы над проектами.	Инструментами цифрового нетворкинга, корпоративными системами управления задачами и технологиями организации эффективных профессиональных дистанционных 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.		
УК-4.2. Владеет иностранным(ми) языком(ми) для академического и профессионального взаимодействия;	УК-4.2 Знать	УК-4.2 Уметь	УК-4.2 Владеть
	Специализированную маркетинговую терминологию, нормы академического письма, правила делового общения и особенности межкультурной профессиональной коммуникации.	Вести деловые переговоры, анализировать зарубежные статьи по брендингу и уверенно выступать на иностранном языке.	Навыками устного и письменного перевода маркетинговых текстов, техникой публичных выступлений и методами межкультурного взаимодействия.
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.		
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия			
УК-5.1. Анализирует проблемы межкультурного взаимодействия;	УК-5.1 Знать	УК-5.1 Уметь	УК-5.1 Владеть
	Специфику межкультурных коммуникаций, модели культурных измерений, особенности восприятия глобальных брендов и методы выявления барьеров.	Выявлять культурные различия, анализировать причины конфликтов при продвижении бренда и оценивать риски международных кампаний.	Выявлять культурные различия, анализировать причины конфликтов при продвижении бренда и оценивать риски международных кампаний.

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.		
УК-5.2. Учитывает разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2 Знать	УК-5.2 Уметь	УК-5.2 Владеть
	Теоретические основы культурного разнообразия, особенности потребительского поведения разных культур и базовые принципы инклюзивного маркетинга.	Адаптировать маркетинговые стратегии с учетом культурных особенностей, избегая стереотипов при создании инклюзивных коммуникаций бренда.	Методами культурной адаптации продуктов, современными инструментами создания инклюзивного контента и технологиями межкультурных маркетинговых исследований.
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.		
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки			
УК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности;	УК-6.1 Знать	УК-6.1 Уметь	УК-6.1 Владеть
	Методы управления временем, принципы целеполагания, техники самоорганизации и алгоритмы планирования личного ресурса в маркетинге.	Грамотно распределять нагрузку, ставить личные цели и расставлять приоритеты задач для достижения маркетинговых результатов.	Инструментами эффективного планирования, современными цифровыми приложениями для управления временем и техниками повышения собственной продуктивности.
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.		
УК-6.2.Совершенствует приоритеты собственной деятельности на основе самооценки;	УК-6.2 Знать	УК-6.2 Уметь	УК-6.3 Владеть
	Методы профессиональной саморефлексии, объективные критерии личной эффективности и алгоритмы корректировки собственных рабочих приоритетов.	Проводить объективную самооценку, анализировать профессиональные ошибки и своевременно корректировать план достижения маркетинговых целей.	Инструментами сбора обратной связи, техниками критического самоанализа и методами планирования личного профессионального развития.
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.		
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>			
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	Разрабатывать архитектуру и идентичность бренда, управ-	Инструментами построения бренда, современными систе-

	бренда и принципы управления портфелем брендов в организации.	лять его капиталом и внедрять стратегии роста нематериальных активов.	мами 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 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 теорети-		

	ческие 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.		

### 3. 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.

#### 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
3	4	6	216/2	Зачет с оценкой

#### 5. Содержание практики.

##### 3 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики и виды работы	Результат обучения при прохождении практики
1	<b>Подготовительный этап:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место.</li> <li>– Прохождение инструктажа по технике безопасности.</li> <li>– Получение индивидуального задания от руководителя практики</li> </ul>	УК-1.1.,УК-1.2, УК-2.1.,УК-2.2, УК-3.1.,УК-3.2, УК-4.1.,УК-4.2, УК-5.1.,УК-5.2, УК-6.1.,УК-6.2,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	<b>Основной этап:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Сбор, обработка и анализ фактического материала в соответствии с индивидуальным заданием, в том числе ознакомление со структурой организации, нормативными документами, определяющими ее статус и функции,</li> <li>– Выполнение индивидуального задания;</li> <li>– Периодический отчет перед руководителем практики о ходе выполнения индивидуального задания.</li> </ul>	УК-1.1.,УК-1.2, УК-2.1.,УК-2.2, УК-3.1.,УК-3.2, УК-4.1.,УК-4.2, УК-5.1.,УК-5.2, УК-6.1.,УК-6.2,ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.
3	<b>Заключительный этап:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Синтез собранного фактического материала, подготовка аналитического материала в соответствии с индивидуальным заданием;</li> <li>2. Подготовка отчетной документации по итогам практики.</li> </ol>	УК-1.1.,УК-1.2, УК-2.1.,УК-2.2, УК-3.1.,УК-3.2, УК-4.1.,УК-4.2, УК-5.1.,УК-5.2, УК-6.1.,УК-6.2,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)	УК-1.1.,УК-1.2, УК-2.1.,УК-2.2, УК-3.1.,УК-3.2, УК-4.1.,УК-4.2, УК-5.1.,УК-5.2, УК-6.1.,УК-6.2,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 отоб-

ражению 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
УК-1.1.	+	+
УК-1.2.	+	+
УК-2.1.	+	+
УК-2.2.	+	+
УК-3.1.	+	+

УК-3.2.	+	+
УК-4.1.	+	+
УК-4.2.	+	+
УК-5.1.	+	+
УК-5.2.	+	+
УК-6.1.	+	+
УК-6.2	+	+
ПК-1.1.	+	+
ПК-1.2	+	+
ПК-2.1,	+	+
ПК-2.2.	+	+
ПК-3.1.	+	+
ПК-3.2.	+	+
ПК-3.2.	+	+
ПК-4.1.	+	+
ПК-4.2.	+	+

### Уровни сформированности компетенций

Этап формирования компетенций УК-1.1.,УК-1.2, УК-2.1.,УК-2.2, УК-3.1.,УК-3.2, УК-4.1.,УК-4.2, УК-5.1.,УК-5.2, УК-6.1.,УК-6.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.- 3 семестр промежуточный

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения		
	Знать	Уметь	Владеть
<i>Универсальные компетенции (УК)</i>			
УК.1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий			
УК-1.1 Проводит критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода;	УК-1.1 Знать теоретические основы системного анализа, методологии критического мышления и модели диагностики проблем маркетинговых коммуникаций.	УК-1.1 Уметь выявлять скрытые причины кризисов бренда, применяя системный подход для оценки факторов маркетинговой среды.	УК-1.1 Владеть навыками комплексной диагностики репутационных рисков и инструментами принятия стратегических решений в управлении 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.		
УК–1.2 Вырабатывает стратегию действий в	УК-1.2 Знать	УК-1.2 Уметь	УК-1.2 Владеть
	Методы стратегическо-	Формулировать	Инструментами сце-

проблемных ситуациях;	го планирования, модели антикризисных коммуникаций и алгоритмы разработки планов действий в нестандартных ситуациях.	стратегические альтернативы, выбирать оптимальные решения и выстраивать планы действий для защиты репутации бренда.	нарного прогнозирования, технологиями антикризисного управления и приемами реализации стратегических решений 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.		
<b>УК.2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</b>			
УК 2.1. Анализирует этапы жизненного цикла проекта;	УК-2.1 Знать	УК-2.1 Уметь	УК-2.1 Владеть
	Особенности этапов жизненного цикла маркетинговых проектов, методы оценки результативности и инструменты контроля на каждой стадии.	Анализировать текущую стадию реализации маркетингового проекта, выявлять риски и корректировать план достижения стратегических целей бренда.	Методами мониторинга прогресса маркетинговых инициатив, программным обеспечением управления проектами и технологиями оценки эффективности отдельных этапов.
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.		
УК 2.2. Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла;	УК-2.2 Знать	УК-2.2 Уметь	УК-2.2 Владеть
	методологию управления проектами, специфику этапов жизненного цикла и современные инструменты планирования ресурсов.	координировать работу команды, распределять ресурсы и контролировать сроки на всех этапах жизненного цикла проекта.	организационным обеспечением управления проектами, гибкими методологиями и технологиями минимизации рисков на всех стадиях реализации.
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.		
УК.3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели			
УК-3.1. Организует работу команды для достижения поставленной цели;	УК-3.1 Знать	УК-3.1 Уметь	УК-3.1 Владеть
	Принципы формирования команды, методы мотивации, делегирования и контроля для достижения стратегических маркетинговых целей.	Грамотно распределять роли, ставить четкие задачи и мотивировать сотрудников для достижения маркетинговых целей.	Навыками ситуационного лидерства, современными инструментами формирования команд и технологиями управления эффективностью маркетинговых специалистов.
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.		
УК-3.2. Вырабатывает командную стратегию и руководит работой команды;	УК-3.2 Знать	УК-3.2 Уметь	УК-3.2 Владеть
	Методы формирования командной стратегии, модели лидерства и принципы синхронизации командных целей с маркетинговыми задачами.	Разрабатывать эффективную стратегию работы команды, расставлять приоритеты и направлять сотрудников для достижения маркетинговых целей.	Инструментами стратегического лидерства, современными техниками управления командой и методами контроля эффективности работы маркетинговых специалистов.
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.		
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия			

УК-4.1. Применяет современные коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия;	УК-4.1 Знать Современные цифровые платформы, сервисы совместной работы, инструменты сетевого взаимодействия и нормы профессионального делового этикета.	УК-4.1 Уметь Организовывать виртуальное взаимодействие, проводить цифровые презентации и использовать сервисы для совместной работы над проектами.	УК-4.1 Владеть Инструментами цифрового нетворкинга, корпоративными системами управления задачами и технологиями организации эффективных профессиональных дистанционных 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.		
УК-4.2. Владеет иностранным(ми) языком(ми) для академического и профессионального взаимодействия;	УК-4.2 Знать Специализированную маркетинговую терминологию, нормы академического письма, правила делового общения и особенности межкультурной профессиональной коммуникации.	УК-4.2 Уметь Вести деловые переговоры, анализировать зарубежные статьи по брендингу и уверенно выступать на иностранном языке.	УК-4.2 Владеть Навыками устного и письменного перевода маркетинговых текстов, техникой публичных выступлений и методами межкультурного взаимодействия.
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.		
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия			
УК-5.1. Анализирует проблемы межкультурного взаимодействия;	УК-5.1 Знать Специфику межкультурных коммуникаций, модели культурных измерений, особенности восприятия глобальных брендов и методы вы-	УК-5.1 Уметь Выявлять культурные различия, анализировать причины конфликтов при продвижении бренда и оценивать риски	УК-5.1 Владеть Выявлять культурные различия, анализировать причины конфликтов при продвижении бренда и оценивать риски

	явления барьеров.	международных кампаний.	международных кампаний.
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.		
УК-5.2. Учитывает разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2 Знать	УК-5.2 Уметь	УК-5.2 Владеть
	Теоретические основы культурного разнообразия, особенности потребительского поведения разных культур и базовые принципы инклюзивного маркетинга.	Адаптировать маркетинговые стратегии с учетом культурных особенностей, избегая стереотипов при создании инклюзивных коммуникаций бренда.	Методами культурной адаптации продуктов, современными инструментами создания инклюзивного контента и технологиями межкультурных маркетинговых исследований.
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.		
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки			
УК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности;	УК-6.1 Знать	УК-6.1 Уметь	УК-6.1 Владеть
	Методы управления временем, принципы целеполагания, техники самоорганизации и алгоритмы планирования личного ресурса в маркетинге.	Грамотно распределять нагрузку, ставить личные цели и расставлять приоритеты задач для достижения маркетинговых результатов.	Инструментами эффективного планирования, современными цифровыми приложениями для управления временем и техниками повышения собственной продуктивности.
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.		
УК-6.2.Совершенствует приоритеты собственной деятельности на основе самооценки;	УК-6.2 Знать	УК-6.2 Уметь	УК-6.3 Владеть
	Методы профессиональной саморефлексии, объективные критерии личной эффективности и алгоритмы корректировки собственных рабочих приоритетов.	Проводить объективную самооценку, анализировать профессиональные ошибки и своевременно корректировать план достижения маркетинговых целей.	Инструментами сбора обратной связи, техниками критического самоанализа и методами планирования личного профессионального развития.
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.		
<b><i>Профессиональные компетенции (ПК)</i></b>			
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	ПК -1.2 Знать	ПК -1.2 Уметь	ПК -1.2 Владеть
	Теорию создания нема-	Разрабатывать архи-	Инструментами по-

управляет ими в организации	териальных активов, методологии оценки бренда и принципы управления портфелем брендов в организации.	тектуру и идентичность бренда, управлять его капиталом и внедрять стратегии роста нематериальных активов.	строения 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 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 при-		

	менять 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:

#### 3 семестр

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
6. Основные функции подразделений организации, состав клиентов.
7. Основные показатели деятельности организации.
8. Величина собственного капитала организации
9. Показатели доходности и прибыльности на единицу активов и вложенного капитала.
10. Характеристика структуры доходов и расходов организации.
11. Основные проблемы развития организации.
12. Перспективы развития организации.

#### Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценки	Код оцениваемых компетенций	Уровень сформированности компетенций
Зачтено (с оценкой «Отлично»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– индивидуальное задание выполнено в полном объеме, обучающийся проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению;</li> <li>– отчет о прохождении практики составлен в соответствии с требованиями и представлен в полном объеме;</li> <li>– сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета не нарушены;</li> <li>– в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует системность и глу-</li> </ul>	УК1.1., УК-1.2, УК2.1., УК-2.2, УК3.1., УК-3.2, УК4.1. УК-4.2, УК5.1., УК-5.2, УК6.1., УК-6.2,  ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-2.1, ПК-2.2,	Повышенный

	<p>бину знаний, владеет специальной терминологией, отвечает на вопросы исчерпывающе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</li> </ul>	<p>ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-4.1, ПК-4.2.</p>	
Зачтено (с оценкой «Хорошо»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– индивидуальное задание выполнено в полном объеме, обучающийся допустил неточности, в основном технического характера.</li> <li>– отчет о прохождении практики представлен в полном объеме, но при его составлении допущены неточности в структурировании материала, в оформлении, нарушена логика изложения.</li> <li>– сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета не нарушены;</li> <li>– в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует системность и глубину знаний, владеет специальной терминологией, отвечает на вопросы, но допускает незначительные неточности;</li> <li>– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</li> <li>– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</li> </ul>	<p>УК1.1., УК-1.2, УК2.1., УК-2.2, УК3.1., УК-3.2, УК4.1. УК-4.2, УК5.1., УК-5.2, УК6.1., УК-6.2,</p> <p>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>	Стандартный
Зачтено (с оценкой «Удовлетворительно»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– индивидуальное задание в целом выполнено, но имеются недостатки в выполнении отдельных заданий.</li> <li>– 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.</li> </ul>	<p>УК1.1., УК-1.2, УК2.1., УК-2.2, УК3.1., УК-3.2, УК4.1. УК-4.2, УК5.1., УК-5.2, УК6.1., УК-6.2,</p>	Пороговый

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета нарушены;</li> <li>– 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.</li> <li>– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</li> </ul>	<p>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>	
Не зачтено (с оценкой «Неудовлетворительно»)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– индивидуальное задание выполнено частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала;</li> <li>– 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.</li> <li>– 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.</li> <li>– при прохождении практики студент не соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</li> </ul>	<p>УК1.1., УК-1.2, УК2.1., УК-2.2, УК3.1., УК-3.2, УК4.1. УК-4.2, УК5.1., УК-5.2, УК6.1., УК-6.2,</p> <p>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>	Компетенции не сформированы

## 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
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