



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Рег. № 609-17/01

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

В.Н. Ромашин

20 17 г



ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

**ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И
НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению

Направление:
38.03.06 Торговое дело

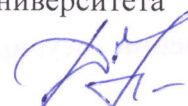
Направленность (профиль):
Маркетинг в торговле

Год набора:
2017

Новосибирск 2017

Программа практики разработана
Иноземцевой Анной Валерьевной – ст. преподавателем кафедры маркетинга, рекламы и
связей с общественностью

Учебно-методическое обеспечение согласовано с библиотекой университета



Н.Ю. Долгова

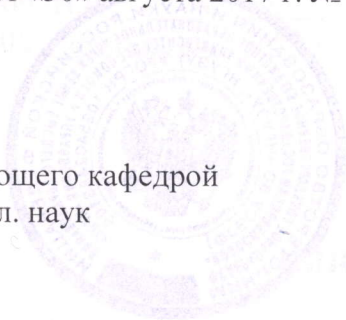
Программа практики прошла экспертизу УМУ



О.С. Ерохина

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры
маркетинга, рекламы и связей с общественностью
(протокол от «30» августа 2017 г. № 1).

И.о. заведующего кафедрой
канд. социол. наук
доцент



Л.Ю. Шадрина

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. Цель и задачи практики

Целями учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности являются: закрепление и расширение теоретических знаний, полученных в процессе обучения и приобретение практических навыков и компетенций в сфере маркетинга посредством сбора, обобщения и систематизации специализированной информации, а также получение первичных навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачами учебной практики по получению профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности являются:

1. Изучение системы управления организацией, организационной структуры органов управления, знакомство с основными социально-экономическими показателями работы торговой организации, с историей и направлениями развития торговой организации, изучение нормативно-справочных документов;

2. Изучение службы маркетинга, функций и обязанностей специалиста по маркетингу, а также функциональных связей с работниками других служб организации.

3. Изучение деятельности по маркетингу в торговой организации, овладение практическими навыками маркетинговой деятельности посредством сбора, обобщения и систематизации специализированной информации.

4. Получение первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности в том числе:

– проведение библиографической и информационно-поисковой работы, использование ее результатов при решении профессиональных задач и оформлении научных трудов;

– знакомство со способами сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в маркетинга;

5. Обобщение, систематизация полученных данных в процессе практики и представление их в форме отчета.

1.2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности у обучающихся формируются следующие компетенции и по итогам практики обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
ОПК-1	Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: ОПК 1-1: методы и источники сбора информации по объектам профессиональной деятельности; ОПК 1-2: основные виды теоретических источников, приемы и процедуры работы с литературой, глобальной информационной сетью в профессиональной среде; Уметь: ОПК 1-3: самостоятельно анализировать и обрабатывать информацию в области

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		<p>маркетинга, полученную из разных источников; ОПК 1-4: применять информационно-коммуникационные технологии, офисное оборудование и персональные средства в профессиональной деятельности; Владеть: ОПК 1-5: навыками сбора, анализа и обработки научной информации в профессиональной сфере; ОПК 1-6: готовностью применять научные понятия и концепции в профессиональной и исследовательской практике, понимать тексты научного содержания.</p>
ОПК-4	<p>Способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>	<p>Знать: ОПК 4-1: информацию как важный фактор расширения эрудиции и профессионального саморазвития; ОПК 4-2: основные понятия компьютерных технологий, устройство и основные принципы работы компьютера, основные программные среды и приложения, устройство и основные принципы работы локальных и глобальных сетей; Уметь: ОПК 4-3: систематизировать разнообразные методы получения, хранения, переработки информации для использования в профессиональной деятельности; ОПК 4-4: находить, обрабатывать, преобразовывать, анализировать, хранить и распространять необходимую ему информацию, в том числе выраженную в текстовой и нетекстовой (визуальной, формульной, табличной и прочей форме);</p>

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		<p>Владеть: ОПК 4-5: средствами компьютерной графики (ввод, вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов на ПЭВМ); основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами; навыками составления статистических отчетов в профессиональной деятельности; ОПК 4-6: методами анализа результатов использования в профессиональной деятельности разнообразных средств получения, хранения, обработки и предъявления информации и навыками работы с компьютерным программным обеспечением, навыками работы в компьютерной сети Интернет.</p>
ПК-1	<p>Способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>Знать: ПК 1-1: процессы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; ПК 1-2: - методы оценки уровня качества товаров и способы их сохранение; ПК 1-3- суть приемки и учета товаров по количеству и качеству; Уметь: ПК 1-4: распознавать дефекты товаров; ПК 1-5: оценивать качество товаров и услуг и диагностировать дефекты; Владеть: ПК 1-6: навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг на практике; ПК 1-7: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение и готовностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг;</p>

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		ПК-1.8: навыками управления качеством товаров и услуг на основе Системы Менеджмента Качества.
ПК-10	Способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <p>ПК 10-1: методы научных исследований в профессиональной деятельности;</p> <p>ПК 10-2: виды маркетинговых исследований в профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК 10-3: использовать методы научных исследований в профессиональной деятельности;</p> <p>ПК 10-4: проводить на практике маркетинговые исследования в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК 10-5: методикой научных исследований в профессиональной деятельности;</p> <p>ПК 10-6: навыками использования и интерпретации результатов маркетинговых исследований для осуществления профессиональной деятельности.</p>
ПК-11	Способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<p>Знать:</p> <p>ПК 11-1: инновационные методы выполнения профессиональной деятельности по своему профилю;</p> <p>ПК 11-2: инновационные технологии в области профессиональной деятельности по своему профилю;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК 11-3: применять на практике инновационные средства осуществления профессиональной деятельности по своему профилю;</p> <p>ПК 11-4: разрабатывать</p>

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
		инновационные технологии осуществления профессиональной деятельности по своему профилю; Владеть: ПК 11-5: навыками участия в разработке инновационных проектов в области профессиональной деятельности по своему профилю; ПК 11-6: готовностью управления инновационными проектами в области профессиональной деятельности по своему профилю.

1.3. Место практики в структуре ОПОП ВО

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности опирается на следующие элементы ОПОП ВО: Русский язык и культура речи, Маркетинг, Введение в профессиональную деятельность, Информационные технологии в профессиональной деятельности.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности выступает опорой для следующих элементов ОПОП ВО: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Маркетинговые исследования, Рекламный менеджмент.

1.4. Способ и формы проведения практики

Форма проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности: практика проводится дискретно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных ОПОП ВО;

Способ проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности: стационарная, выездная. Стационарная практика проводится в Университете либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположен Университет.

Выездная практика проводится вне населенного пункта, в котором расположен Университет.

1.5. Место и время проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проводится у обучающихся очной формы обучения на 2 курсе в 4 семестре и заочной формы обучения на 3 курсе в течение 2 недель.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности практика проходит на базе может проходить в маркетинговых агентствах, маркетинговых службах, в

отделах маркетинга, государственных, общественных организациях, коммерческих структурах, в организациях социальной сферы, сферы политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта, с которыми вуз заключил соответствующее соглашение (договор), где студенту обеспечивается доступ к информации о деятельности организации. На основе договора организации обязаны предоставить студенту место для прохождения практики и материалы для выполнения программы практики.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности может проходить на базе университета в структурном подразделении Управления профориентации и маркетинга образовательных услуг НГУЭУ.

Студент имеет право предложить свои организации в качестве базы практики. В данном случае студент должен предоставить на кафедру, не позднее чем за месяц до начала практики, гарантийное письмо от организации с указанием сроков проведения практики, возможности предоставления материалов для выполнения программы практики, назначения руководителя от базы практики. Окончательное решение о месте проведения практики принимает заведующий кафедрой.

На студентов, принятых в организациях на должности, распространяется Трудовой кодекс Российской Федерации, и они подлежат государственному социальному страхованию наравне со всеми работниками.

Продолжительность рабочего дня для студентов в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 Трудового кодекса Российской Федерации).

В период прохождения практики за студентами-стипендиатами, независимо от получения ими заработной платы по месту прохождения практики, сохраняется право на получение стипендии.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности составляет 3 зачетных единицы.

Продолжительность практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности 108 часов.

2.2. Этапы прохождения практики и их содержание

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
1. Подготовительный	Дать общую характеристику деятельности организации Ознакомиться с системой управления организацией, организационной структурой управления, с основными социально-экономическим	Провести сбор, обработку и систематизацию фактического материала, изучить нормативно-правовые документы и описать организацию по следующим характеристикам: 1.1. История организации. 1.2. Организационно-правовая форма и ее особенности. Описать организационно - правовую форму	20	Отчет по этапу (Раздел 1. Общая характеристик а деятельности организации)

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
	<p>и показателями работы организации</p> <p>Дать характеристику места и роли организации во внешней среде.</p>	<p>организации и ее особенности.</p> <p>1.3. Миссия организации.</p> <p>1.4. Приоритетные направления деятельности (специализация) организации.</p> <p>Дать анализ основных направлений деятельности организация. Представить информацию об основных направлениях деятельности организации, ее специализации, производственной структуре и тех изменениях, которые произошедшие в организации за последние 3 года.</p> <p>1.5. Организационная структура организации. Составить и описать организационную структуру организации. Представить ее схематично. Охарактеризовать основные функциональные подразделения организации (отделы, подразделения и т.д.).</p> <p>1.6. Основные социально-экономические показатели организации. Проанализировать основные социально-экономические показатели (объем производства и реализации продукции или услуг, изменениях ассортимента продукции, прибыли, рентабельности, численности персонала, оплаты труда и др.).</p> <p>1.7. Характеристика места и роли организации во внешней среде.</p> <p>Охарактеризовать место и</p>		

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		роль организации в регионе, рыночном сегменте и т.д. и перспективы ее развития В Приложении к отчету представляются документы, на основе которых написан текст отчета по практике.		
2. Аналитический	Изучение службы маркетинга, функций и обязанностей специалиста по маркетингу, а также функциональных связей с работниками других служб организации	<p>2.1. Состав и принципы построения службы маркетинга. Ее место и роль в организации. Для выполнения данного задания студенту следует изучить Положение о службе маркетинга.</p> <p>2.2. Охарактеризовать цель, место и роль данной структуры в организации. Рассмотреть систему взаимосвязей службы маркетинга с другими подразделениями организации. Охарактеризовать основные варианты коммуникаций с ними.</p> <p>2.3. Собрать информацию о составе и структуре персонала службы маркетинга в организации. Изучить состав и структуру персонала; для этого рассмотреть динамику изменения численности ее персонала за 3 года; изучить профессионально-квалификационный состав персонала и др.</p> <p>2.4. Изучить профессионально-квалификационную структуру службы.</p> <p>2.5. Изучить функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга. Собрать информацию о</p>	27	Отчет по этапу (Раздел 2. Организация маркетинговой деятельности в организации)

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		<p>выполняемых функциях и направлениях работ. Рассмотреть функциональное разделения труда, то есть распределение и закрепление работ между отдельными работниками или отделами в службе маркетинга. Проанализировать выполняемые функции и основные направления работы специалистов маркетинговой структуры, для чего следует изучить должностные инструкции и представленные в них направления деятельности каждого специалиста; фактические виды работ и сравнить их. В процессе исследования необходимо: 1) выявить основные виды работ, выполняемых каждым специалистом; 2) определить свойственные ему работы, т.е. те, которые зафиксированы в должностной инструкции; 3) выявить несвойственные работы, те которые выполняет специалист, но они не зафиксированы в должностной инструкции. В Приложении к отчету необходимо представить Положение о службе маркетинга и должностные инструкции специалистов.</p>		
3.Организационно-управленческий	3.Изучение деятельности по маркетингу в организации и овладение практическими	3.1. Основные направления деятельности службы маркетинга. -Изучить задачи и основные направления деятельности.	27	Отчет по этапу (Раздел 3. Анализ деятельности по маркетингу в организации

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
	<p>навыками маркетинговой деятельности посредством сбора, обобщения и систематизации специализированной информации.</p>	<p>-Изучить планирование и организацию работы по маркетингу. -Провести сбор, обработку и систематизацию фактического материала по маркетинговой деятельности. -Систематизировать данные по отдельным направлениям за 3 последних года.</p>		
<p>4 Научно-исследовательский</p>	<p>Получение первичных умений и навыков научной деятельности</p>	<p>- проведение библиографической и информационно-поисковой работы, использование ее результатов при решении профессиональных задач и оформлении научных трудов По выбранной теме курсовой работы (или научной теме по интересам) или по проведенному анализу составить библиографический список. Список должен содержать не менее 20 наименований. В нем должны быть представлены монографические источники, сборники статей, публикации в периодических изданиях, относящихся к тематике курсовой работы. Не менее 40% источников должны быть опубликованы в 2011-2016 гг. Для поиска источников рекомендуется пользоваться библиографическими ресурсами библиотеки НГУЭУ http://nsuem.ru/library/, Научной электронной библиотеки</p>	<p>27</p>	<p>Отчет по этапу (Раздел 4. Научно-исследовательская деятельность)</p>

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		<p>«Киберленинка» http://cyberleninka.ru/, Научной электронной библиотеки eLIBRARY http://elibrary.ru/, Электронной библиотеки диссертаций – disserCat. http://www.dissercat.com/, Российской государственной библиотеки http://www.rsl.ru/, Научной электронной библиотеки ГПНТБ России http://ellib.gpntb.ru/, Электронной-библиотечной системы Znanium.com http://znanium.com/, официальными сайтами периодических изданий и пр.</p> <p>- знакомство со способами сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в маркетинга</p> <p>Оформить библиографический список в соответствии с требованиями описания библиографических источников (см. приложение А).</p> <p>- осуществить работу со списком- сделать краткий обзор библиографического списка и представить его в отчете.</p> <p>Для этого необходимо дать описание содержания научных работ, входящих в список:</p> <p>- по книгам и монографиям представить оглавление, из которого будет ясно, что содержит научная работа;</p> <p>- по статьям из научных журналов указать</p>		

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		актуальность, проблему, цель и задачи статьи, основные методы исследования, применяемые автором, краткое основное содержание статьи и выводы, к которым пришел автор.		
5. Заключительный	Оформление и защита отчета по практике	Оформить окончательный отчет по практике в соответствии с требованиями и осуществить его защиту	7	Отчет по практике

РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

3.1. Формы отчетности о результатах прохождения практики

По результатам прохождения практики обучающийся обязан предоставить на кафедру:

- договор с организацией, в которой обучающийся проходил практику;
- отчет по практике;
- дневник прохождения практики;
- отзыв о прохождении практики.

В отчет включается отзыв руководителя практики от организации на фирменном бланке с подписью и печатью.

Отчеты должны быть представлены на кафедру не позднее трех рабочих дней после окончания срока прохождения практики. Студент должен явиться на защиту отчета по практике в сроки работы комиссии, созданной на кафедре.

3.2. Требования к содержанию и оформлению форм отчетности о результатах прохождения практики

В процессе прохождения практики студент самостоятельно пишет отчет, отражая в нем проделанную работу в соответствии с программой практики. Текст отчета следует сопровождать иллюстративным (графическим, табличным) материалом. В приложении необходимо разместить большие схемы, примеры рекламных продуктов, документацию предприятия (агентства).

При написании отчета следует соблюдать требования, предъявляемые к оформлению студенческой научной работы (требования нормоконтроля).

Основными источниками информации для выполнения и оформления отчета являются:

1. Программа практики.
2. Законодательные, инструктивные материалы по вопросам хозяйственной деятельности предприятий.
3. Устав, положения об отделах, должностные инструкции работников, планы, отчеты, бухгалтерская, маркетинговая отчетность и другие материалы организации.
4. Статистические справочники, сборники.

5. Научная, специальная литература, периодические издания, интернет-источники.

Итоговые отчеты должны отражать все пункты раздела 2.2.

Структурными элементами отчета по практике являются:

- титульный лист (Приложение А);
- задание на практику (Приложение Б);
- дневник прохождения практики (Приложение В);
- основная часть отчета по практике;

При написании данного пункта отчета по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности важно дать интерпретацию полученным результатам исследования с представлением графиков, рисунков, схем, таблиц, изложить основные выводы и рекомендации по повышению эффективности деятельности анализируемой организации.

К отчету по практике прикладывается отзыв руководителя от предприятия (профильной организации) о прохождении практики (Приложение Г).]

Приложения:

фактические материалы, характеризующие организацию, маркетинговую деятельность;

программа исследования маркетинговой деятельности, инструментарий, таблицы компьютерной обработки данных и др.,

Объем отчета (без приложений) должен составлять 40-50 страниц печатного текста. Все материалы отчета должны быть сброшюрованы. Отчет должен быть выполнен печатным текстом на листе формата А4 (210x297мм) в редакторе Microsoft Office Word, шрифтом 14-ого кегля, гарнитурой Times New Roman, с соблюдением полей: верхнее, нижнее – 2 см, левое – 2,5 см, правое – 1,5 и абзацным отступом в 1,25 см. Текст отчета должен быть последовательно пронумерован, начиная со второй страницы, с указанием порядкового номера справа внизу страницы.

Отчет по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности сдается на проверку руководителю практики от практики вместе с отзывом руководителя практики от организации. Основные элементы, которые должны быть отражены в отзыве руководителя практики от организации:

- название организации, в которой проходила практика;
- должность, на которой работал практикант;
- основные должностные обязанности практиканта;
- вопросы, которые были изучены за время практики;
- отношение к практике;
- характеристика деловых качеств и профессиональных навыков практиканта;
- подпись руководителя и печать организации.

3.3. Порядок проведения промежуточной аттестации (по итогам практики)

В качестве формы контроля прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности для студентов очной формы обучения предусмотрен дифференцированный зачет.

Оценка по дифференцированному зачету за практику студентам очной и заочной формы обучения выставляется по результатам защиты отчета о прохождении практики на основе следующих критериев:

1. Оценка «отлично» ставится студентам, которые

– представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;

- подтвердили теоретические знания в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- выполнили Программу практики в полном объёме;
- продемонстрировали полученные практические навыки в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- свободно ориентируются в деятельности объекта прохождения практики;
- выявляют взаимосвязь специфики деятельности объекта прохождения практики и особенностей организации его маркетинговой деятельности;
- критически подходят к оценке организации и работы службы маркетинга объекта прохождения практики, дают рекомендации по ее улучшению;
- закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики.

2. Оценка «хорошо» ставится студентам дневной формы обучения, которые:

- представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;
- частично подтвердили теоретические знания в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- выполнили Программу практики в полном объёме;
- продемонстрировали полученные практические навыки в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- ориентируются в деятельности объекта прохождения практики, однако с некоторой долей неуверенности;
- дают описание организации маркетинговой объекта прохождения практики, но испытывают затруднения в оценке их эффективности и не могут дать рекомендации по ее улучшению;
- закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики.

3. Оценка «удовлетворительно» ставится студентам дневной формы обучения, которые:

- представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;
- частично подтвердили теоретические знания в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- выполнили Программу практики в полном объёме;
- продемонстрировали полученные практические навыки в рамках тем, предусмотренных Программой практики;
- закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики;
- не ориентируются или слабо ориентируются в деятельности объекта прохождения практики;
- затрудняются в описании организации маркетинговой объекта прохождения практики.

4. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам дневной формы обучения, которые:

- не представили Отчёт по практике в полном объёме и в полном соответствии с предъявляемыми к нему требованиями;
- не выполнили Программу практики в полном объёме;
- не закрепили на практике полученные теоретические знания в рамках участка прохождения практики.

–

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Основная учебная литература

1. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4

2. Лукичева Т.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 370 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1B8F440D-0C47-4EA9-A91C-317E4E6FD7F1

3. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М.В. Акулич. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с. — Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=541640>

4.2. Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 559 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4

3. Жильцова О.Н. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0

4.3. Нормативно-правовые документы

1. Гражданский кодекс РФ
2. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»
3. Закон РФ «О средствах массовой информации»
4. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»
5. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»
6. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»
7. Закон РФ «О защите прав потребителей»
8. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»
9. Федеральный закон «О коммерческой тайне»
10. Информационно-правовая система «Кодекс» - <http://www.kodeks.net>

4.4. Периодические издания

[Маркетинг и маркетинговые исследования](#)
[Маркетинг и финансы](#)

[Маркетинг розничной торговли](#)
[Маркетинг услуг](#)
[Маркетинг-дайджест](#)
[Маркетинговые коммуникации](#)
[Промышленный и b2b маркетинг](#)

4.5. Перечень ресурсов сети «Интернет»

<http://library.fentu.ru/book/iu/137/6.html>

http://www.class.ru/stati/marketing/market_kommunikaci.html, <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/>, <http://grebennikon.ru/journal-1.html>, <http://www.marketingcommunications.ru/>, <http://www.mavriz.ru/articles/2006/6/4078.html>, <http://www.grebennikov-eurasia.ru/marketing/>, <http://www.cfin.ru/press/practical/2001-03/02.shtml>

www.mediaplan.ru - сайт по медиапланированию

www.brandmarket.ru - сайт, посвященной разработке товарных знаков (конструктор логотипов)

www.advertology.ru - сайт, посвященный рекламе

www.btl.ru - сайт по btl- коммуникациям

www.grp.ru - сайт по продаже рекламного времени на основе техники grp

www.outdoor.ru - сайт по наружной рекламе

www.tns-global.ru - сайт компании TNS Global Media

www.createbrand.ru – сайт по креативу в брендинге

www.mediaplanirovanie.ru -сайт по теории и практике медиапланирования

www.retail.ru -сайт по технологиям розничной торговли

www.advertka.ru -сайт по практике рекламы

4.6. Информационные технологии

Информационные источники: поисковые порталы Yandex, Googl, Rambler и др.

Программные продукты: MS Office Word, MS Office Excel,

Информационные справочные системы: справочная правовая система «КонсультантПлюс», 2ГИС, ЭБС «Znanium».

4.7. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Для проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности на кафедре Маркетинга, рекламы и связей с общественностью, в коммерческих организациях, в органах государственной (муниципальной) власти для студентов необходимы специально оборудованные рабочие места, имеющие следующее техническое обеспечение: компьютеры с выходом в Интернет, МФУ (принтер, сканер и копир).



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

Кафедра
(наименование кафедры)

Направление / специальность.....
(код и наименование)

Направленность (профиль) / специализация.....
(наименование)

ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Выдано студенту(ке) _____ курса _____ группы

(Ф.И.О. полностью)

Место практики _____
(наименование предприятия)

Сроки прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Индивидуальное задание на практику, содержание, планируемые результаты:

Рабочий график (план) проведения практики

Этапы практики ¹	Период

Задание выдано

Руководитель практики от университета

«__» _____ 20__ г.

Задание согласовано

Руководитель практики от профильной организации

«__» _____ 20__ г.

Задание получено

Студент(ка) _____

«__» _____ 20__ г.

¹ Заполняется разработчиком при формировании программы практики



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

Кафедра
(наименование кафедры)

Направление / специальность.....
(код и наименование)

Направленность (профиль) / специализация.....
(наименование)

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студента(ки) _____ курса, _____ группы

(Ф.И.О. полностью)

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Место практики _____
(наименование)

Сроки прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Дата	Краткое описание видов работ	Отметка о выполнении
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	
	
	Составление и оформление отчета по практике	
	Защита практики	

Студент(ка) _____
(подпись)

«__» _____ 20__ г.

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю.

Руководитель практики от профильной организации

(подпись, заверенная печатью) (И.О. Фамилия)

Работы выполнены _____, содержание
(в установленные сроки, с незначительным отступлением от сроков, сроки не соблюдены)

практики _____ индивидуальному заданию.
(соответствует, не в полной мере соответствует, не соответствует)

Руководитель практики от университета

(подпись) (И.О. Фамилия)



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

ОТЗЫВ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Студент(ка) _____

(Ф.И.О. полностью)

с «__» _____ 201__ г. по «__» _____ 201__ г. проходил(а) практику

в

_____ наименование организации

Задание на практику студентом(кой) выполнено

_____ (полностью и качественно, частично с отклонениями от норм качества, с грубыми нарушениями качества и сроков)

Студент(ка) _____ участвовал в процессе деятельности организации.
(активно, недостаточно активно, эпизодически, не участвовал)

Студент(ка) _____ умение применять теоретические знания на практике.
(показал(а)/не показал(а))

За время прохождения практики студент(ка) продемонстрировал освоенность компетенций на уровне:

Код компетенции	Содержание компетенции ²	Уровень освоения компетенции ³		
		низкий	средний	высокий
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности			
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления			

² Заполняется разработчиком при формировании программы практики

³ Заполняется руководителем практики от предприятия

	профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией			
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству			
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности			
ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной			

Студентом(кой) были проявлены следующие личные качества:

_____.

Итоговая оценка за практику _____.
(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Руководитель практики
от профильной организации _____
(подпись, заверенная печатью, дата)

_____ (И.О. Фамилия)