

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермакова Виктория Павловна
Должность: Директор школы авангардного гостеприимства и инноваций (ШАГИ
Сочи), проректор
Дата подписания: 30.09.2026 16:38:05
Уникальный программный ключ:
e54076e55b73117661ddd57c83d3b08d1fde15de

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сочинский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан ФЭиП
Петрова С.В.



2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ в форме практической подготовки

Б2.О.02(Пд) Преддипломная практика

Шифр специальности

38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент»
(сетевая форма реализации образовательной программы
совместно с Федеральным государственным бюджетным
образовательным учреждением высшего образования
«Государственный университет управления» (ГУУ)

Квалификация (степень)
выпускника

Бакалавр

Профиль

«Цифровой маркетинг»

Форма обучения

Очная

Выпускающая кафедра

Инновационных технологий в экономике и управлении

Зав. кафедрой



к.э.н., доцент Борисова Т.Г.

Составитель



д.э.н., профессор Воробей Е.К.

Сочи 2026 г.

Программа преддипломной практики составлена:
- в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент»
- на основании учебного плана специальности 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент». Цифровой маркетинг

Программу практики составила:

 Веробей Е.К., д.э.н., профессор

Внешний эксперт:

 Хачмазов Э.Д., директор ООО «СтройОлимп»

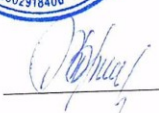
Программа практики рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Инновационных технологий в экономике и управлении «17» марта 2026 года, Протокол № 7

Программа практики одобрена на заседании Учебно-методического совета ФЭиП
Протокол № 3 от «23» марта 2026 года

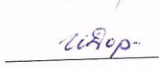
Председатель УМСН

Петрова С.В.

Структура рабочей программы практики соответствует предъявляемым требованиям

Зав. производственной практикой  Полянская В.В.

Зам. директора НОБ

 Дорофеева И.В.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Программа практики переутверждена на 20__/20__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «____» _____ 202__ г.

Без изменений

Зав. кафедрой

Борисова Т.Г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения
 - 1.1 Цели и задачи практик в форме практической подготовки
 - 1.2 Типы, способы и формы проведения практик в форме практической подготовки
 - 1.3 Сроки проведения практик в форме практической подготовки
 - 1.4 Место практики в форме практической подготовки в структуре образовательной программы
 - 1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практик в форме практической подготовки
 2. Содержание практики в форме практической подготовки
 - 2.1 Структура (этапы) прохождения практик в форме практической подготовки
 - 2.2 Задание на практику в форме практической подготовки
 3. Формы отчетной документации и промежуточной аттестации по итогам практик в форме практической подготовки
 4. Фонд оценочных средств по практике в форме практической подготовки
 - 4.1 Показатели оценивания компетенций
 - 4.2 Требования по выполнению заданий по практике, процедура и критерии оценивания результатов обучения при прохождении практик в форме практической подготовки
 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик в форме практической подготовки
 - 5.1 Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет»
 - 5.2 Информационные технологии, используемые при проведении практик в форме практической подготовки
 6. Материально-техническое обеспечение практик в форме практической подготовки
 7. Особый порядок организации прохождения практики в форме практической подготовки обучающимися с ОВЗ и инвалидами
- Аннотация

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Цели и задачи практики в форме практической подготовки

Целью преддипломной практики специальности 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» специализация «Цифровой маркетинг» является углубление знаний, получение навыков и умений в профессиональной деятельности, приобретения практического опыта самостоятельной работы, в том числе при выполнении индивидуальных заданий.

Задачами преддипломной практики являются:

- закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении теоретического материала;
- приобретение обучающимися профессиональных умений и опыта в части расчетно-аналитической работы;
- формирование профессиональных навыков ведения самостоятельной практической работы в области актуальных проблем развития экономики хозяйствующих субъектов;
- приобретение умений и опыта расчетно-экономической деятельности;
- овладение современным инструментарием для поиска и интерпретации информации с целью её использования в процессе принятия экономических решений.

1.2 Типы, способы и формы проведения практики в форме практической подготовки

Преддипломная практика проводится в дискретной форме, что определяется содержанием программы практики, и осуществляется путем выделения в календарном учебном графике периода учебного времени для ее проведения.

Практика может проходить с применением дистанционных образовательных технологий.

1.3 Сроки проведения практики в форме практической подготовки

Объем преддипломной практики по специальности **38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» специализация «Цифровой маркетинг»** составляет 33 е. Сроки и продолжительность прохождения практики устанавливаются учебным планом по специальности **38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» специализация «Цифровой маркетинг»** и составляет 2 недели в 8 семестре для студентов очной формы обучения

1.4 Место практики в структуре образовательной программы в форме практической подготовки

Преддипломная практика относится к обязательной части учебного плана.

Перед прохождением преддипломной практики студент должен:

знать:

правила делового общения, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков

основные методы, способы и средства получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации

методы проведения маркетинговых исследований и анализа цифровой среды

методы анализа поведения потребителей в онлайн- и офлайн-среде

инструменты веб-аналитики и цифровой маркетинговой аналитики
современные технологии цифрового маркетинга и интернет-коммуникаций
инструменты SEO, контекстной и таргетированной рекламы
методы управления цифровыми коммуникациями и контентом
принципы формирования маркетинговых стратегий в цифровой среде
методы оценки эффективности цифровых маркетинговых кампаний

уметь:

коммуницировать используя правила делового общения, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков

работать с различными информационными ресурсами и технологиями

проводить анализ рынка, потребителей и конкурентов с использованием цифровых инструментов

использовать системы веб-аналитики и маркетинговой аналитики для принятия управленческих решений

разрабатывать маркетинговые решения в цифровой среде

формировать программы цифровых маркетинговых коммуникаций

применять инструменты интернет-маркетинга для продвижения продуктов и услуг

оценивать эффективность цифровых каналов продвижения

разрабатывать проектные решения по совершенствованию цифровой маркетинговой деятельности организации

владеть:

способностью к деловому общению, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков

навыками использования основных методов, способов и средств получения, хранения, поиска, систематизации, обработки и передачи информации при работе с различными информационными ресурсами и технологиями

навыками проведения маркетинговых исследований с использованием цифровых технологий

навыками анализа данных и маркетинговой аналитики

навыками использования систем веб-аналитики

навыками разработки цифровых маркетинговых стратегий

навыками планирования и реализации цифровых маркетинговых коммуникаций

навыками оценки эффективности цифровых маркетинговых мероприятий

навыками подготовки аналитических и проектных материалов в области цифрового маркетинга

Базовыми дисциплинами для выполнения заданий преддипломной практики являются:

История экономики и менеджмента

Линейная алгебра в задачах экономики и управления

Микроэкономика

Экономика предприятий и организаций

Бухгалтерский учет

Теория вероятностей и математическая статистика

1С Бухгалтерия

Макроэкономика

Менеджмент

Методы оптимальных решений в экономике и менеджменте

Статистика

Финансы, деньги и кредит

Эконометрика в обработке управленческой информации

Налоги и налоговая система

Финансовый менеджмент

Маркетинг
 Основы экономической безопасности
 Основы российской государственности
 Общественный проект "Обучение служением"
 Проектное обучение
 Бережливое производство
 Анализ больших данных
 Анализ рынка и внешней среды
 Управление персоналом
 Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия
 Бухгалтерский финансовый учет и отчетность
 Финансы организаций
 Управление рисками
 Страхование бизнеса
 Бизнес-модели и организация бизнеса
 Налоговое планирование и прогнозирование
 Управленческий учет
 Маркетинговые исследования
 Маркетинговые коммуникации
 Организация и планирование маркетинга
 Психология потребительского поведения
 Управление продуктом
 Ценообразование
 Бренд-менеджмент
 Дистрибуция и продажи
 Цифровой маркетинг

1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практик в форме практической подготовки

В результате прохождения преддипломной практики в форме практической подготовки у обучающихся должны быть сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с планируемыми результатами освоения образовательной программы на основе ФГОС ВО по специальности 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» специализация «Цифровой маркетинг».

Компетенции и индикаторы их достижения		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ПК-1 Способен разрабатывать финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику, а также принимать эффективные управленческие решения, обеспечивающие	ПК-1.2 Использует современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений	Знать: методы принятия управленческих финансовых решений Уметь: обосновывать выбор оптимального варианта, исходя из критериев финансовой эффективности Владеть: навыками оценки и отбора правильных решений с целью устранения финансовых проблем и выхода из кризиса
	ПК-1.3 Разрабатывает финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику	Знать: структуру финансовой стратегии организации Уметь: определять верхнюю и нижнюю границы значений показателей при составлении альтернативных планов на долгосрочном горизонте планирования с учетом стратегии развития

Компетенции и индикаторы их достижения		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
достижение стоящих перед бизнесом целей		предприятия и прогнозов конкурентной среды Владеть: навыками оформления результатов финансового планирования в соответствии с выбранными подходами
ПК-2 Способен решать финансово-экономические задачи, проводить анализ финансового состояния и расчеты с использованием современных методик и технологий	ПК-2.1 Владеет современными методиками и технологиями решения финансово-экономических задач	Знать: - экономические показатели, характеризующие деятельность организаций Уметь: - находить, отбирать и обобщать получаемую информацию Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа показателей деятельности хозяйствующих субъектов
	ПК-2.2 Проводит необходимые для решения финансово-экономических задач расчеты показателей с использованием современных методов и технологий	Знать: систему и методики расчета экономических показателей, характеризующих деятельность организаций Уметь: производить оценку показателей ликвидности, платежеспособности, рентабельности и финансовой устойчивости Владеть: навыками принятия управленческих решений в финансовой деятельности организации
	ПК-2.3 Предлагает эффективные решения по реализации финансово-экономических задач	Знать: финансово-экономические задачи менеджеров организации Уметь: консультировать по использованию финансовых продуктов и услуг Владеть: навыками оценки результатов реализации финансовых продуктов и услуг
ПК-3 Способен планировать и создавать бизнес-проекты, на основе экономического анализа проекта, анализа рисков и маркетинговых исследований	ПК-3.1 Анализирует и систематизирует данные для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг) при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов, анализирует риски создания бизнес-проекта	Знать: методы анализа и систематизации данных для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг) Уметь: анализировать риски создания бизнес-проекта Владеть: навыками анализа и систематизации данных для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг), навыками анализа рисков создания бизнес-проекта
	ПК-3.2 Осуществляет принятие организационно-управленческих решений при создании собственного бизнеса	Знать: методы принятия управленческих решений Уметь: разрабатывать принимать организационно-управленческие решения Владеть: технологиями создания собственного бизнеса
	ПК-3.3 Осуществляет подготовку и проведение маркетингового исследования бизнес-проекта	Знать: методы приведения маркетингового исследования Уметь: проводить маркетинговые исследования Владеть: навыками проведения маркетингового исследования бизнес-проекта
ДПК- 1 Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК- 1.2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать методы и этапы проведения маркетинговых исследований, инструменты комплекса маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации. Уметь разрабатывать программу маркетингового исследования, использовать инструменты комплекса маркетинга для решения исследовательских задач, анализировать результаты маркетинговых исследований. Владеть навыками проведения маркетинговых исследований, сбора и обработки маркетинговой информации, подготовки аналитических выводов и рекомендаций.

Компетенции и индикаторы их достижения		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
ДПК-2 Разрабатывает и реализует маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	Знать методы разработки и тестирования новых товаров и услуг, основы бренд-менеджмента, подходы к управлению жизненным циклом продукта. Уметь разрабатывать концепции новых продуктов, проводить оценку рыночного потенциала продукта, формировать предложения по развитию бренда. Владеть навыками разработки продуктовых решений, управления брендом и анализа эффективности продуктовой политики.
	ДПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует политику ценообразования в организации	Знать методы ценообразования, ценовые стратегии организации, факторы формирования цены в цифровой среде. Уметь рассчитывать цены на товары и услуги, выбирать ценовую стратегию, анализировать влияние ценовых решений на результаты деятельности организации. Владеть навыками разработки ценовой политики, расчета цен и скидок, оценки эффективности ценовых решений.
	ДПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Знать принципы построения каналов распределения, методы организации продаж, инструменты управления сбытовой деятельностью. Уметь разрабатывать решения по организации каналов продаж, оценивать эффективность систем распределения, формировать предложения по совершенствованию сбытовой политики. Владеть навыками проектирования каналов распределения, анализа сбытовой деятельности и разработки мероприятий по повышению эффективности продаж.
	ДПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	Знать инструменты маркетинговых коммуникаций, технологии цифрового маркетинга, методы оценки эффективности коммуникационных кампаний. Уметь разрабатывать программы маркетинговых коммуникаций, использовать цифровые каналы продвижения, оценивать эффективность коммуникационной деятельности. Владеть навыками разработки коммуникационной политики, использования инструментов цифрового маркетинга и анализа результатов маркетинговых коммуникаций.
ДОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ДОПК-1.1 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности	Знать основы экономической, организационной и управленческой теории, современные концепции менеджмента и маркетинга. Уметь использовать положения экономической, организационной и управленческой теории для решения профессиональных задач в области маркетинга. Владеть навыками применения экономических, организационных и управленческих подходов в профессиональной деятельности.
	ДОПК-1.2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	Знать понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук. Уметь формулировать и структурировать профессиональные задачи в области маркетинга и цифрового маркетинга. Владеть навыками формализации профессиональных задач с использованием современных управленческих подходов.

Компетенции и индикаторы их достижения		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
	ДОПК-1.3 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий	Знать методы системного анализа деятельности организации и инструменты анализа маркетинговой деятельности. Уметь проводить системный анализ деятельности организации и оценивать эффективность маркетинговых процессов. Владеть навыками использования компьютерных технологий для анализа деятельности организации и её маркетинговой среды.
	ДОПК-1.4 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	Знать современные методы анализа и принятия управленческих решений, возможности информационных технологий в маркетинге. Уметь применять аналитический инструментарий для решения типовых задач маркетинговой деятельности. Владеть навыками использования информационных технологий для анализа данных и принятия управленческих решений.
ДОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ДОПК-2.1 Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей для решения профессиональных задач	Знать источники маркетинговой информации и методы их поиска. Уметь определять необходимые источники информации для решения профессиональных задач в области маркетинга. Владеть навыками поиска, отбора и систематизации маркетинговой информации.
	ДОПК-2.2 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение	Знать методы сбора и обработки маркетинговой информации, современные программные средства анализа данных. Уметь выбирать методы сбора информации и использовать программное обеспечение для её обработки и представления. Владеть навыками применения современных цифровых инструментов для сбора, обработки и анализа маркетинговых данных.
	ДОПК-2.3 Проверяет достоверность, полноту, актуальность и непротиворечивость данных, исключает их дублирование	Знать методы оценки качества маркетинговой информации и требования к её достоверности. Уметь проверять полноту, актуальность и достоверность маркетинговых данных. Владеть навыками контроля качества информации и подготовки данных для принятия управленческих решений.
	ДОПК-2.4 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде и содержательно интерпретирует полученные результаты	Знать современные методы визуализации данных и представления аналитической информации. Уметь визуализировать результаты анализа маркетинговых данных и интерпретировать полученные результаты. Владеть навыками подготовки аналитических отчетов, презентаций и визуальных материалов с использованием цифровых технологий.
ДОПК-3 Способен	ДОПК-3.1 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию	Знать методы выявления и анализа проблемных ситуаций в деятельности организации. Уметь описывать проблемные ситуации и использовать профессиональную терминологию в области маркетинга и управления.

Компетенции и индикаторы их достижения		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	терминологию и технологии управления	Владеть навыками анализа проблемных ситуаций и подготовки предложений по их решению.
	ДОПК-3.2 На основе результатов анализа проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности	Знать методы разработки и обоснования организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности. Уметь разрабатывать и обосновывать маркетинговые решения с учетом экономической эффективности. Владеть навыками подготовки и оценки организационно-управленческих решений в области маркетинга.
	ДОПК-3.3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий	Знать методы оценки эффективности управленческих решений и маркетинговых мероприятий. Уметь прогнозировать результаты реализации маркетинговых решений и оценивать их эффективность. Владеть навыками использования цифровых инструментов для оценки результатов маркетинговой деятельности.
ДОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ДОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	Знать методы анализа рынка и выявления рыночных возможностей организации. Уметь выявлять перспективные направления развития бизнеса и оценивать их потенциал. Владеть навыками анализа рыночных возможностей и подготовки предложений по развитию организации.
	ДОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Знать принципы и методы бизнес-планирования. Уметь разрабатывать бизнес-планы маркетинговых проектов и новых направлений деятельности. Владеть навыками подготовки и обоснования бизнес-планов с использованием маркетинговых и экономических расчетов.

Основой для оценки качества компетенций, приобретенных в результате прохождения преддипломной практики, является отзыв руководителя практики от предприятия, дневник, отчет студента по практике и результаты защиты отчета по практике.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

2.1 Структура (этапы) прохождения практики в форме практической подготовки

Перед практикой все студенты должны пройти общий инструктаж на кафедре (проводит заведующий кафедрой): разъяснить цель и задачи практики, порядок прохождения практики.

Общая трудоемкость практики 108 часов, из них объем контактной работы в 8 семестре – 4 ч., СР – 104 ч.

№ п/п	Этапы практики	Наименование видов работ	Трудоемкость (в часах/зет)	Формы контроля
1	Подготовительный этап	Вводный инструктаж по организации проведения практики, инструктаж по технике безопасности. Проведение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда; Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации. Определение рабочего места; Согласование рабочего графика проведения практики с руководителем практики от профильной организации.	18/0,5	Журнал вводного инструктажа Проверка усвоения студентами правил техники безопасности и охраны труда.
2	Основной этап	- Изучение: 1. Общей характеристики организации, ее организационной структуры, системы управления и особенностей осуществления маркетинговой деятельности. 2. Рынка, конкурентной среды, целевой аудитории организации, особенностей потребительского поведения и факторов, влияющих на принятие потребительских решений. 3. Товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики организации, используемых инструментов маркетинга и цифрового маркетинга, практики применения цифровых каналов продвижения и инструментов веб-аналитики. 4. Сбор, систематизация, обработка, анализ и интерпретация маркетинговой, статистической, аналитической и управленческой информации, характеризующей деятельность организации. Подготовка исходных данных для анализа маркетинговой деятельности и разработки проектных решений. Анализ внутренней и внешней среды организации, выявление маркетинговых проблем, возможностей развития и направлений совершенствования деятельности. Индивидуальное задание включает выполнение студентом: – поручений руководителя практики от профильной организации, направленных на приобретение практических навыков в области маркетинга и цифрового маркетинга; – задания руководителя практики от университета, включающего элементы научного анализа и исследования по теме выпускной квалификационной работы. 1. Обоснование актуальности и практической значимости выбранной темы исследования. Формулирование цели и задач исследования. Подбор научной литературы, статистических	72/2	Дневник по практике Раздел в отчете План изучения

№ п/п	Этапы практики	Наименование видов работ	Трудоемкость (в часах/зет)	Формы контроля
		материалов и нормативных документов по теме исследования. Оценка степени разработанности исследуемой проблемы. Исследование теоретических и методических основ выбранной темы. 2. Анализ деятельности организации по теме выпускной квалификационной работы. Выявление проблем и факторов, влияющих на эффективность маркетинговой деятельности организации. Исследование практики применения маркетинговых инструментов и инструментов цифрового маркетинга. 3. Разработка проектных решений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации, включая товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику. Разработка рекомендаций по использованию инструментов цифрового маркетинга. Оценка эффективности предлагаемых мероприятий и подготовка материалов для выпускной квалификационной работы.		
3	Заключительный этап	Оформление дневника практики Подготовка письменного и устного отчета Защита отчета	18/0,5	Дневник практики Отчет о прохождении и практики Зачёт с оценкой
		Всего часов/зет:	108/3	

2.2 Задание на практику в форме практической подготовки

Общее задание по преддипломной практике.

Задание 1. Ознакомление с организацией

1. Полное и сокращенное наименование организации, организационно-правовая форма, форма собственности, местонахождение организации.
2. История создания и развития организации.
3. Основные направления деятельности организации.
4. Миссия, стратегические и тактические цели организации.
5. Организационная структура управления организацией.
6. Роль и место маркетинговой деятельности в системе управления организацией.

Задание 2. Анализ маркетинговой деятельности организации

1. Анализ рынка и конкурентной среды организации.
2. Анализ целевой аудитории и особенностей потребительского поведения.
3. Анализ товарной политики организации.
4. Анализ ценовой политики организации.

5. Анализ сбытовой политики и каналов распределения.
6. Анализ маркетинговых коммуникаций организации.
7. Анализ использования инструментов цифрового маркетинга.

Задание 3. Анализ информационного обеспечения маркетинговой деятельности

1. Источники маркетинговой информации и порядок их использования в организации.
2. Используемые цифровые инструменты и информационные системы.
3. Методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.
4. Использование инструментов веб-аналитики и цифровой аналитики для принятия управленческих решений.

Задание 4. Анализ внутренней среды организации

1. Анализ основных показателей деятельности организации.
2. Анализ маркетингового потенциала организации.
3. Анализ сильных и слабых сторон организации.
4. Выявление маркетинговых проблем и ограничений развития.
5. Оценка эффективности действующей маркетинговой деятельности организации.

Задание 5. Анализ внешней среды организации

1. Анализ факторов макросреды организации.
2. Анализ конкурентной среды и рыночных тенденций.
3. Выявление рыночных возможностей и угроз.
4. Оценка перспектив развития организации на рынке.
5. Формирование выводов для разработки проектных решений.

Индивидуальное задание по преддипломной практике.

Задание 6. Выполнение индивидуального задания

Индивидуальное задание включает выполнение студентом:

- поручений руководителя практики от профильной организации, направленных на приобретение профессиональных навыков в области маркетинга и цифрового маркетинга;
- задания руководителя практики от университета, включающего элементы научного анализа и исследования по теме выпускной квалификационной работы.

1. Обоснование актуальности и практической значимости темы исследования.
2. Формулирование цели и задач исследования.
3. Подбор и анализ научной литературы, статистических и аналитических материалов по теме исследования.
4. Исследование теоретических и методических основ рассматриваемой проблемы.
5. Анализ деятельности организации по теме выпускной квалификационной работы.
6. Разработка проектных решений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации.

7. Разработка предложений по использованию инструментов цифрового маркетинга.
8. Оценка эффективности предлагаемых мероприятий.

Задание 7. Заключение и предложения

Заключение и выводы содержат: обобщение и оценку результатов практики.

Приложения: представляются аналитические материалы изученных и рассмотренных различных форм отчетности предприятия и документации бухгалтерского, налогового и управленческого учета.

Формируемые компетенции: ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ДПК-1.2; ДПК-2.1; ДПК-2.2; ДПК-2.3; ДПК-2.4; ДОПК-1.1; ДОПК-1.2; ДОПК-1.3; ДОПК-1.4; ДОПК-2.1; ДОПК-2.2; ДОПК-2.3; ДОПК-2.4; ДОПК-3.1; ДОПК-3.2; ДОПК-3.3; ДОПК-4.1; ДОПК-4.2.

Календарный план практики составляется руководителем практики в зависимости от места прохождения обучающимся расчетно-аналитической практики в форме практической подготовки.

3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

По окончании преддипломной практики в форме практической подготовки студент предоставляет руководителю практики от университета следующие документы:

- отчет о прохождении практики;
- дневник по практике;
- аттестационный лист;
- отзыв о прохождении практики подписанный руководителем практики от предприятия
- рабочий график;
- индивидуальное задание.

Руководитель практики проверяет и подписывает отчет, дает заключение о полноте и качестве выполнения программы и задания практики и возможности допуска к защите. Защита отчета проводится в установленные сроки в соответствии с утвержденным расписанием промежуточной аттестации. Защита может проводиться публично в учебной группе с презентацией результатов практики и основных разделов отчета или в ходе дискуссии с научным руководителем.

На защите отчёта по практике обучающийся должен проявить элементы компетентности, сформированные при выполнении задания.

Результаты прохождения практики определяются путем проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета (зачета соценкой).

Защита отчета проводится в соответствии с утвержденным расписанием.

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Содержание промежуточной аттестации по преддипломной практике в форме практической подготовки раскрывается в комплекте оценочных средств

(контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня практической подготовки студента по практике требованиям ФГОС ВО.

Оценочные средства по практике содержат:

- требования к отчетной документации (дневник, отзыв руководителя практики от организации, отчет студента по итогам практики)
- требования к защите отчета по итогам практики
- примерные вопросы промежуточной аттестации по преддипломной практике.

4.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

<i>Код компетенции</i>	<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>№ задания</i>	<i>Оценочное средство</i>
ПК-1	Способен разрабатывать финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику, а также принимать эффективные управленческие решения, обеспечивающие достижение стоящих перед бизнесом целей	ПК-1.1 Обладает навыками разработки финансовой стратегии и политики организации	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ПК-1.2 Использует современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ПК-1.3 Разрабатывает финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ПК-2	Способен решать финансово-экономические задачи, проводить анализ финансового состояния и расчеты с использованием современных методик и технологий	ПК-2.1 Владеет современными методиками и технологиями решения финансово-экономических задач	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ПК-2.2 Проводит необходимые для решения финансово-экономических задач расчеты показателей с использованием современных методов и технологий	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ПК-2.3 Предлагает эффективные решения по реализации финансово-экономических задач	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ПК-3	Способен планировать и создавать бизнес-проекты, на основе экономического анализа проекта, анализа рисков и маркетинговых исследований	ПК-3.1 Анализирует и систематизирует данные для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг) при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов, анализирует риски создания бизнес-проекта	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ПК-3.2 Осуществляет принятие организационно-управленческих решений при создании собственного бизнеса	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ПК-3.3	1,2,3,4,	Дневник, отчет,

<i>Код компетенции</i>	<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>№ задания</i>	<i>Оценочное средство</i>
		Осуществляет подготовку и проведение маркетингового исследования бизнес-проекта	5,6,7	отзыв руководителя
ДПК- 1	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК- 1.2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ДПК-2	Разрабатывает и реализует маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует политику ценообразования в организации	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ДОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ДОПК-1.1 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-1.2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-1.3 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-1.4 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ДОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных,	ДОПК-2.1 Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей для решения	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	№ задания	Оценочное средство
	необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	профессиональных задач		
		ДОПК-2.2 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-2.3 Проверяет достоверность, полноту, актуальность и непротиворечивость данных, исключает их дублирование	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-2.4 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде и содержательно интерпретирует полученные результаты	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ДОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ДОПК-3.1 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-3.2 На основе результатов анализа проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-3.3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
ДОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ДОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя
		ДОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	1,2,3,4, 5,6,7	Дневник, отчет, отзыв руководителя

4.2 Требования по выполнению заданий по практике в форме практической подготовки, процедура и критерии оценивания результатов обучения при прохождении практики

Содержание преддипломной практики направлено на закрепление, систематизацию и углубление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин

образовательной программы, на приобретение студентом необходимых профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере экономической безопасности, бухгалтерского учета, анализ и аудита в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к уровню подготовки выпускника по специальности 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» специализация «Цифровой маркетинг».

Руководителем от кафедры осуществляется контроль за соблюдением практикантом режима рабочего времени, правил внутреннего распорядка.

В ходе практики студент представляет промежуточные отчеты о проделанной работе, сообщает о проблемах прохождения практики.

Тип контроля	Форма контроля
Текущий	Наблюдение за работой студентов в процессе практики
	Проверка заполнения дневника студентами
	Проверка выполнения студентами индивидуальных заданий
	Анализ качества отдельных видов деятельности студентов
Промежуточный	Анализ отчетной документации студентов (дневник, отчет)
	Анализ характеристик-отзывов на студентов, выданных руководителем практики
	Защита отчетов студентами
	Выставление оценки за практику

По окончании практики обучающийся предоставляет на кафедру следующие документы в составе отчета о прохождении практики:

- дневник по практике;
- аттестационный лист;
- отзыв о прохождении практики подписанный руководителем практики от предприятия
- рабочий график;
- индивидуальное задание.

Текст отчета о прохождении преддипломной практики должен содержать изложение всех вопросов, предусмотренных программой практики, а также приложение документов, полученных во время выездных занятий на предприятиях. Структура отчета должна включать следующие разделы:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Основной текст с названиями основных частей:
- Заключение
- Приложения

В содержании указываются разделы, из которых состоит текстовая часть, заключение, приложения и указываются страницы, с которых начинается каждый раздел. Во введении следует обосновать цель практической работы, исходя из программы практики и особенностей организации.

В основной части текста кроме констатации фактов должна быть представлена оценка студентом финансово-экономической ситуации организации.

Заключение должно содержать краткие выводы о том, в какой степени удалось достичь поставленной цели и задач, здесь же обобщаются материалы исследования и формулируются предложения.

Практический материал, прилагаемый к отчету, должен быть пронумерован, в

тексте отчета должны быть ссылки на соответствующее приложение, с указанием его порядкового номера.

Отчет по практике должен быть оформлен на одной стороне листа бумаги формата А4. При наборе текста следует соблюдать следующие требования: шрифт TimesNewRoman, кегль - 14, интервал - 1,5. Отступы: слева - 3 см, справа - 1 см, сверху и снизу - 2 см, абзацный отступ – 1,25 см.

Все страницы отчета по практике обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация страниц начинается со второго листа и заканчивается последним листом. Номера страниц проставляются в правом нижнем углу.

Последовательно пронумерованные приложения необходимо располагать в порядке появления в основном тексте разъяснений их содержания.

Бланк титульного листа отчета по практике оформляется самостоятельно по прилагаемому образцу. За титульным листом располагают оглавление, с выделением параграфов (разделов и подразделов) по схеме, принятой в типографских изданиях.

Название каждого нового параграфа в тексте работы следует писать более крупным шрифтом (параграф - шрифт TimesNewRoman, кегль - 16, жирный). Заголовки располагаются по центру, при этом в заголовках не допускаются переносы, а также не ставятся в конце заголовков знаки препинания, за исключением восклицательных и вопросительных знаков. Параграфы располагаются друг за другом.

В тексте отчета по практике рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац.

Для наглядности в отчете по практике могут быть включены таблицы и графики. Графики выполняются четко, красиво, желательно в цвете, в строгом соответствии с требованиями деловой документации. Шрифт в таблицах и графиках - TimesNewRoman, межстрочный интервал в таблицах – 1, красные строки отсутствуют, кегль – не более 12.

Нумерация таблиц, графиков (отдельно для таблиц и графиков) должна быть сквозной на протяжении всего отчета по практике.

Слово «таблица» и ее порядковый номер (без знака №) пишется сверху самой таблицы в правой стороне, затем на следующей строке по центру дается ее название и единица измерения (если она общая для всех граф и строк таблицы).

При ссылке на таблицу следует указать номер таблицы и страницу, на которой она расположена. Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не умещается на одной странице. При этом на другую страницу переносится и шапка таблицы.

Если таблица заимствована или рассчитана по данным экономической периодики или другого литературного источника, делается обязательная ссылка на первоисточник (по правилам цитирования).

Слово «График» и его порядковый номер (без знака №) пишется снизу самого графика, затем через точку дается название графика.

Формулы расчетов в тексте надо выделять, записывая их шрифтом TimesNewRoman 14 и отдельной строкой, давая подробное пояснение каждому символу (когда он встречается впервые). Рекомендуется нумеровать формулы в пределах каждого раздела, особенно, если в тексте приходится на них ссылаться.

Излагать материал в отчете по практике следует четко, ясно, применяя принятую научную терминологию, избегая повторений и общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях. Пояснять надо только малоизвестные или разноречивые понятия, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

После заключения, начиная с новой страницы, необходимо поместить список использованной литературы. В список включается вся научная литература по теме, с которой студент ознакомился при написании работы.

Объем отчета должен быть не менее 25 страниц печатного текста (без

Приложений).

Описания должны быть сжатыми. Объем приложений не регламентируется.

Дневник практики предназначен для составления индивидуального календарно-тематического плана работы студента на весь период прохождения практики, ежедневных записей о характере и объемах выполненной работы согласно плану и контроля за последовательностью, полнотой и своевременностью прохождения практики. Записи в дневнике должны быть краткими, но совершенно конкретными: какую работу выполнил студент, какие составлял расчеты, какие заполнял документы и какие сделаны предложения. Оценка выполненных работ производится руководителем практики в конце практики по результатам произведенной работы.

Критерии и шкалы оценивания для каждой формы отчетной документации студента по итогам практики и прохождения практики в форме практической подготовки в целом

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
1	Дневник по практике	- правильность, аккуратность заполнения дневника по практике, - наличие индивидуального задания, ежедневных записей и отметок руководителя практики от организации, - полнота отражения в содержании дневника информации и практических навыков, которые изучил и приобрел студент, - своевременность сдачи	Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию дневника: заполнено индивидуальное задание и ежедневные записи, присутствуют все подписи; соблюдены требования к внешнему оформлению, полнота отражения в содержании дневника полно отражена информации и приобретенные практические навыки. Оценка «хорошо»— основные требования к дневнику выполнены, но при этом допущены недочёты, имеются упущения в оформлении. Оценка «удовлетворительно»— имеются существенные отступления от требований к оформлению дневника практики. Оценка «неудовлетворительно»— дневник практики не заполнен или не представлен вовсе.
2	Отчет о прохождении практики	- соответствие отчета по практике утвержденной структуре, а его содержания заданиям, - степень раскрытия сущности вопросов, - полнота, логичность изложения материала, - соблюдение требований к оформлению.	Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию отчета: отчет соответствует утвержденной структуре, содержание разделов соответствует их названию и заданиям, собрана полноценная, необходимая информация, выдержан объём; умелое использование профессиональной терминологии, отслеживается логика изложения, соблюдены требования к внешнему оформлению. Оценка «хорошо»— основные требования к отчету выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, материал недостаточно полон; не выдержан объём отчета; имеются упущения в оформлении. Оценка «удовлетворительно»— имеются существенные отступления от требований к отчету. В частности: разделы отчета освещены лишь частично; допущены ошибки в содержании отчета; отсутствуют выводы.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
			Оценка «неудовлетворительно» — задачи практики не раскрыты в отчете, использованная информация и иные данные отрывисты, много заимствованного, отраженная информация не внушает доверия или отчет не представлен вовсе.
3	Отзыв руководителя практики от профильной организации	- уровень теоретической подготовки - умение пользоваться терминологией - уровень сформированности профессиональных умений - уровень профессионального самосознания - мотивация обучающегося - отношение обучающегося к практике - индивидуальные особенности обучающегося	Оценка «отлично» – показывает высокий уровень теоретической подготовки, грамотно пользуется профессиональными терминами, умеет комплексно применять полученные теоретические знания на практике, показывает высокий уровень сформированности профессиональных умений и освоения практических навыков, четко ставит цели и достигает их, знает алгоритмы трудовых действий, свободно выполняет основные трудовые функции в рамках индивидуального задания, демонстрирует высокий уровень профессионального самосознания, имеет четкое представление о своей профессиональной роли, целях профессиональной деятельности, интересуется особенностями работы данной организации (предприятия), равнодушен к получаемым результатам, стремится сделать лучше, проявляя высокий уровень профессиональной мотивации, дисциплинирован, ответственно подходит к данным поручениям и выполнению задания, проявляет инициативу, творческий подход, самостоятельность, активность, обладает высокой культурой общения. Оценка «хорошо» - показывает хороший уровень теоретической подготовки, пользуется профессиональной терминологией, применяет полученные знания на практике, практические навыки и профессиональные умения освоены в достаточном объеме для выполнения основных трудовых функций в рамках индивидуального задания, ставит цели, но не всегда знает пути их достижения, знает основные алгоритмы трудовых действий, демонстрирует хороший уровень профессионального самосознания, знает цели профессиональной деятельности, но не всегда готов их достигать, представляет свою профессиональную роль, но нет сильного желания ей следовать, демонстрирует среднюю заинтересованность, проявляет достаточный уровень профессиональной мотивации, выполняет возложенные на него поручения, может обращаться за помощью при выполнении заданий, обладает культурой общения. Оценка «удовлетворительно» – показывает средний уровень теоретической подготовки, редко использует в речи профессиональную терминологию, частично применяет знания на практике, практические навыки и профессиональные умения находятся на среднем уровне, в связи с чем возникают трудности при выполнении индивидуального задания, действия

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
			репродуктивные, возникают затруднения при постановке целей, алгоритмы трудовых действий знает частично, демонстрирует средний уровень профессионального самосознания, имеет незначительные представления о своей профессиональной роли, профессиональная мотивация на низком уровне, достаточно пассивен при выполнении поручений, иногда проявляет безответственность, несамостоятелен, требуется помощь при выполнении заданий, культура общения средняя. «неудовлетворительно» – показывает низкий уровень теоретической подготовки, не использует в речи профессиональные термины, возникают значительные трудности при соотнесении теоретических знаний и трудовых действий, профессиональные умения и практические навыки не развиты, в связи с чем возникают значительные трудности при выполнении индивидуального задания, действия полностью репродуктивные, возникают значительные трудности при постановке целей и путей их достижения, не знает алгоритмы трудовых действий в рамках задания на практику, нет представлений о своей профессиональной роли, профессиональная мотивация на очень низком уровне, с трудом выполняет задания, безответственен, уклоняется от выполнения поручений, имеет низкую культуру общения.
4	Защита отчета по практике	- умение четко и ясно излагать свои мысли, - обоснованность сделанных выводов, - правильность, полнота, логичность и грамотность ответов на поставленные вопросы	Оценка «отлично» —выставляется студенту, умеющему четко излагать свои мысли, сделавшему обоснованные выводы, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений. Оценка «хорошо» — выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя. Оценка «удовлетворительно» — выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации. Оценка «неудовлетворительно» — выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания вопросов, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Контрольные вопросы для промежуточной аттестации по преддипломной практик в форме практической подготовки:

При прохождении преддипломной практики в коммерческих организациях

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Вопросы
ПК-1	Способен разрабатывать финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику, а также принимать эффективные управленческие решения, обеспечивающие достижение стоящих перед бизнесом целей	ПК-1.1 Обладает навыками разработки финансовой стратегии и политики организации	Как можно охарактеризовать риски реализации предлагаемых мероприятий в области финансовой политики и цифрового маркетинга?
		ПК-1.2 Использует современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений	Какие современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений были использованы?
		ПК-1.3 Разрабатывает финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику	Представлены какие экономические обоснования предлагаемых мероприятий и как оценивается эффективность их реализации?
ПК-2	Способен решать финансово-экономические задачи, проводить анализ финансового состояния и расчеты с использованием современных методик и технологий	ПК-2.1 Владеет современными методиками и технологиями решения финансово-экономических задач	Какие современные методики и технологии решения финансово-экономических задач были использованы?
		ПК-2.2 Проводит необходимые для решения финансово-экономических задач расчеты показателей с использованием современных методов и технологий	Что было использовано для расчетов показателей с использованием современных методов и технологий?
		ПК-2.3 Предлагает эффективные решения по реализации финансово-экономических задач	Каким образом реализовывались финансово-экономические задачи? Какие эффективные решения были предложены?
ПК-3	Способен планировать и создавать бизнес-проекты, на основе экономического анализа проекта, анализа рисков и маркетинговых исследований	ПК-3.1 Анализирует и систематизирует данные для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг) при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов, анализирует риски создания бизнес-проекта	Какое программное обеспечение было использовано для анализа и систематизации данных организации?
		ПК-3.2 Осуществляет принятие организационно-управленческих решений при создании собственного бизнеса	Какие выводы сделаны по результатам анализа основных показателей деятельности организации и оценить ее положение на рынке?
		ПК-3.3 Осуществляет подготовку и проведение маркетингового исследования бизнес-проекта	Какими цифровыми технологиями, платформами и аналитическими сервисами Вы пользовались в процессе прохождения практики?
ДПК-1	Технология проведения маркетингового	ДПК-1.2 Проведение маркетингового исследования с использованием	Какие разработаны предложения по совершенствованию цифровой маркетинговой

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Вопросы
	исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	инструментов комплекса маркетинга	деятельности организации в соответствии с темой выпускной квалификационной работы?
ДПК-2	Разрабатывает и реализует маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	На основе учредительных документов организации, в чем заключается цель и задачи деятельности организации? Опишите ее организационную структуру и место подразделений маркетинга в системе управления.
		ДПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует политику ценообразования в организации	Что было предложено в политике ценообразования организации?
		ДПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Какие выявлены основные проблемы и возможности развития цифрового маркетинга организации?
		ДПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	Как оценивается эффективность цифровой маркетинговой деятельности организации на основе ключевых показателей эффективности?
ДОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ДОПК-1.1 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности	Какие основные экономические, организационные и управленческие теории были применены для успешного выполнения профессиональной деятельности?
		ДОПК-1.2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	Как были сформулированы профессиональные задачи для экономики, организационной и управленческой деятельности организации?
		ДОПК-1.3 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий	Какие методы системного анализа применялись, используя компьютерный инструментарий?
		ДОПК-1.4 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	Какие результаты практики были использованы при подготовке выпускной квалификационной работы?
ДОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных	ДОПК-2.1 Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей для решения профессиональных задач	Какие выводы сделаны на основе анализа цифрового присутствия организации: официальный сайт, социальные сети, цифровые каналы коммуникаций и продвижения?
		ДОПК-2.2	Какие можно сделать выводы на

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Вопросы
	управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение	основе проведенного анализа используемых инструментов цифрового маркетинга, включая контент-маркетинг, поисковое продвижение, интернет-рекламу, e-mail-маркетинг, SMM и веб-аналитику?
		ДОПК-2.3 Проверяет достоверность, полноту, актуальность и непротиворечивость данных, исключает их дублирование	Как была осуществлена выборка данных? Нет ли дублирования данных?
		ДОПК-2.4 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде и содержательно интерпретирует полученные результаты	К каким выводам пришли, изучив нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность организации и использование цифровых технологий в маркетинге?
ДОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ДОПК-3.1 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления	Какие выводы сделаны на основе анализа рынка, конкурентной среды, целевой аудитории и особенностей потребительского поведения?
		ДОПК-3.2 На основе результатов анализа проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности	В чем заключаются проблемные ситуации организации и какие организационно-управленческие решения могут быть приняты?
		ДОПК-3.3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий	Какие можно ожидать результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий в организации?
ДОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ДОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	В чем возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций организации?
		ДОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Какие выводы были сделаны при анализе бизнес-планов организации?

Формируемые компетенции: ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ДОПК-1.2; ДОПК-2.1; ДОПК-2.2; ДОПК-2.3; ДОПК-2.4; ДОПК-1.1; ДОПК-1.2;

ДОПК-1.3; ДОПК-1.4; ДОПК-2.1; ДОПК-2.2; ДОПК-2.3; ДОПК-2.4; ДОПК-3.1; ДОПК-3.2; ДОПК-3.3; ДОПК-4.1; ДОПК-4.2.

При прохождении преддипломной практики в государственных и муниципальных органах

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Вопросы
ПК-1	Способен разрабатывать финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику, а также принимать эффективные управленческие решения, обеспечивающие достижение стоящих перед бизнесом целей	ПК-1.1 Обладает навыками разработки финансовой стратегии и политики организации	Как можно охарактеризовать риски реализации предлагаемых мероприятий в области финансовой политики и цифрового маркетинга в государственных и муниципальных органах?
		ПК-1.2 Использует современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений	Какие современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений были использованы?
		ПК-1.3 Разрабатывает финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику	Представлены какие экономические обоснования предлагаемых мероприятий и как оценивается эффективность их реализации?
ПК-2	Способен решать финансово-экономические задачи, проводить анализ финансового состояния и расчеты с использованием современных методик и технологий	ПК-2.1 Владеет современными методиками и технологиями решения финансово-экономических задач	Какие современные методики и технологии решения финансово-экономических задач были использованы?
		ПК-2.2 Проводит необходимые для решения финансово-экономических задач расчеты показателей с использованием современных методов и технологий	Что было использовано для расчетов показателей с использованием современных методов и технологий?
		ПК-2.3 Предлагает эффективные решения по реализации финансово-экономических задач	Каким образом реализовывались финансово-экономические задачи? Какие эффективные решения были предложены?
ПК-3	Способен планировать и создавать бизнес-проекты, на основе экономического анализа проекта, анализа рисков и маркетинговых исследований	ПК-3.1 Анализирует и систематизирует данные для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг) при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов, анализирует риски создания бизнес-проекта	Какое программное обеспечение было использовано для анализа и систематизации данных государственных и муниципальных органов?
		ПК-3.2 Осуществляет принятие организационно-управленческих решений при создании собственного бизнеса	Какие выводы сделаны по результатам анализа основных показателей деятельности государственных и муниципальных органов?
		ПК-3.3 Осуществляет подготовку и проведение маркетингового исследования бизнес-проекта	Какими цифровыми технологиями, платформами и аналитическими сервисами Вы пользовались в процессе прохождения практики?

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Вопросы
ДПК- 1	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК- 1.2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Какие разработаны предложения по совершенствованию цифровой маркетинговой деятельности государственных и муниципальных органов в соответствии с темой выпускной квалификационной работы?
ДПК-2	Разрабатывает и реализует маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	В чем заключается цель и задачи деятельности государственных и муниципальных органов? Опишите организационную структуру и место подразделений маркетинга в системе управления.
		ДПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует политику ценообразования в организации	Что было предложено в политике ценообразования государственных и муниципальных органов (государственные закупки)?
		ДПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	Какие выявлены основные проблемы и возможности развития цифрового маркетинга государственных и муниципальных органов?
		ДПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	Как оценивается эффективность цифровой маркетинговой деятельности государственных и муниципальных органов на основе ключевых показателей эффективности?
ДОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ДОПК-1.1 Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности	Какие основные экономические, организационные и управленческие теории были применены для успешного выполнения профессиональной деятельности?
		ДОПК-1.2 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	Как были сформулированы профессиональные задачи для экономики, организационной и управленческой деятельности государственных и муниципальных органов?
		ДОПК-1.3 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий	Какие методы системного анализа применялись, используя компьютерный инструментарий?
		ДОПК-1.4 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	Какие результаты практики были использованы при подготовке выпускной квалификационной работы?
ДОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ	ДОПК-2.1 Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе	Какие выводы сделаны на основе анализа цифрового присутствия государственных и

Код компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Вопросы
	данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	поставленных целей для решения профессиональных задач	муниципальных органов: официальный сайт, социальные сети, цифровые каналы коммуникаций?
		ДОПК-2.2 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение	Какие можно сделать выводы на основе проведенного анализа используемых инструментов цифрового маркетинга, включая контент-маркетинг, поисковое продвижение, интернет-рекламу, e-mail-маркетинг, SMM и веб-аналитику?
		ДОПК-2.3 Проверяет достоверность, полноту, актуальность и непротиворечивость данных, исключает их дублирование	Как была осуществлена выборка данных? Нет ли дублирования данных?
		ДОПК-2.4 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде и содержательно интерпретирует полученные результаты	К каким выводам пришли, изучив нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность государственных и муниципальных органов и использование цифровых технологий в маркетинге?
ДОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ДОПК-3.1 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления	Какие выводы сделаны на основе анализа рынка, конкурентной среды, целевой аудитории и особенностей потребительского поведения на территории (город, регион)?
		ДОПК-3.2 На основе результатов анализа проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности	В чем заключаются проблемные ситуации государственных и муниципальных органов и какие организационно-управленческие решения могут быть приняты?
		ДОПК-3.3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий	Какие можно ожидать результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий в организации?
ДОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ДОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	В чем возможности развития государственных и муниципальных органов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций?
		ДОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Какие выводы были сделаны при анализе деятельности?

Формируемые компетенции: (ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ДПК-1.2; ДПК-2.1; ДПК-2.2; ДПК-2.3; ДПК-2.4; ДОПК-1.1; ДОПК-1.2; ДОПК-1.3; ДОПК-1.4; ДОПК-2.1; ДОПК-2.2; ДОПК-2.3; ДОПК-2.4; ДОПК-3.1; ДОПК-3.2; ДОПК-3.3; ДОПК-4.1; ДОПК-4.2.)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

5.1. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики в форме практической подготовки

Основная литература

1. Арутюнова, Д. В. Маркетинг на рынках товаров и услуг сферы информационных технологий : учебное пособие / Д. В. Арутюнова, А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2025. — 144 с. — ISBN 978-5-9275-4961-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPRSMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155364.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Бекмурзаев, И. Д. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. Д. Бекмурзаев, Я. Э. Дадаев. — Грозный : Чеченский государственный университет, 2024. — 104 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147959.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/147959>.

3. Ковалев, Д. В. Цифровая экономика : учебник / Д. В. Ковалев, Е. В. Маслюкова, А. Ю. Никитаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2022. — 190 с. — ISBN 978-5-9275-3988-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123934.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Третьякова, И. Н. Основы маркетинга : учебное пособие / И. Н. Третьякова, Р. Ф. Фаляхов. — Кемерово : Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2025. — 137 с. — ISBN 978-5-00137-516-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPRSMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155704.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Дополнительная литература

1. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-4644-2. — Текст :

электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149683.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Фейдер, П. Клиентоцентричность: отношения с потребителями в цифровую эпоху / П. Фейдер, С. Томс ; перевод П. Миронов ; под редакцией В. Ионова. — Москва : Альпина Паблишер, 2026. — 190 с. — ISBN 978-5-9614-3690-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/158297.html> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Периодические издания

1. Журнал «Вестник Университета» (ГУУ). - Режим доступа: <https://vestnik.guu.ru/jour/issue/archive>
2. Журнал E-Management (ГУУ). - Режим доступа: <https://e-management.guu.ru/jour>
3. Журнал «Практический маркетинг». - Режим доступа: <https://www.bci-marketing.ru>
4. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru>
5. Журнал «Маркетинговые коммуникации». - Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-1.html>

Интернет-ресурсы

1. Сайт международной консалтинговой компании McKinsey. Специализация - стратегический менеджмент, стратегический маркетинг, цифровая среда бизнеса. - Режим доступа: www.mckinsey.com
2. Сайт международной консалтинговой компании Interbrand. Специализация - стратегический маркетинг, цифровая среда бизнеса, брендинг, бренд-менеджмент. - Режим доступа: www.interbrand.com
3. Информационный ресурс Adindex: маркетинг, интернет-маркетинг, брендинг, реклама. - Режим доступа: www.adindex.ru
4. Информационный ресурс Marketingweek: маркетинг, стратегия, позиционирование, интернет-маркетинг, брендинг, реклама. - Режим доступа: www.marketingweek.com

5.2. Информационные технологии, используемые при проведении практик в форме практической подготовки

При прохождении преддипломной практики студенты могут воспользоваться электронно- библиотечными системами (электронными библиотеками):

1. ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. — URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
2. SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / SpringerNatureSwitzerlandAG. PartofSpringerNature. — URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
3. КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». — Москва, 1997 — . — Режим доступа: локальная сеть СГУ. — Текст : электронный.
4. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». — Саратов, 2010 — . — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 03.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

5. Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 03.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
 6. Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F> (дата обращения: 03.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
 7. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: <https://rusneb.ru> (дата обращения: 03.03.2026). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
 8. Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL: <https://polpred.com/> (дата обращения: 03.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
 9. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 03.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 03.03.2026). – Текст : электронный.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИК В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Для проведения занятий в ГГУ имеются учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows, Microsoft Office. Состав продукта: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Access.

Все помещения соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

В организациях – базах практик имеются рабочие места для прохождения практики, оборудованные персональными компьютерами с соответствующим программным обеспечением.

7. ОСОБЫЙ ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОВЗ И ИНВАЛИДАМИ

При выборе мест прохождения практики в форме практической подготовки обучающимися с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся.

При определении мест преддипломной практики обучающихся с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практик создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

**38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент»
специализация «Цифровой маркетинг»**

АННОТАЦИЯ

программы практики в форме практической подготовки

Преддипломная практика

*статус практики - практика в обязательной части учебного плана
форма обучения – очная*

Общая трудоемкость практики (ЗЕТ / час.)	3 / 108
Место практики в структуре образовательной программы	Практика относится к обязательной части учебного плана
Содержание практики	Задание 1. Ознакомление с организацией Задание 2. Анализ маркетинговой деятельности организации Задание 3. Анализ информационного обеспечения маркетинговой деятельности Задание 4. Анализ внутренней среды организации Задание 5. Анализ внешней среды организации Задание 6. Выполнение индивидуального задания Задание 7. Заключение
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1.2 , ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ДПК- 1.2; ДПК-2.1; ДПК-2.2; ДПК-2.3; ДПК-2.4; ДОПК-1.1; ДОПК-1.2; ДОПК-1.3; ДОПК-1.4; ДОПК-2.1; ДОПК-2.2; ДОПК-2.3; ДОПК-2.4; ДОПК-3.1; ДОПК-3.2; ДОПК-3.3; ДОПК-4.1; ДОПК-4.2
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.2 - Использует современные методы и средства принятия эффективных управленческих финансовых решений ПК-1.3 - Разрабатывает финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную политику ПК-2.1 - Владеет современными методиками и технологиями решения финансово-экономических задач ПК-2.2 - Проводит необходимые для решения финансово-экономических задач расчеты показателей с использованием современных методов и технологий ПК-2.3 - Предлагает эффективные решения по реализации финансово-экономических задач ПК-3.1 - Анализирует и систематизирует данные для повышения эффективности производства и реализации продукции (услуг) при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов, анализирует риски создания бизнес-проекта ПК-3.2 - Осуществляет принятие организационно-управленческих решений при создании собственного бизнеса ПК-3.3 - Осуществляет подготовку и проведение маркетингового исследования бизнес-проекта ДПК-1.2 - Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ДПК-2.1 - Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные

	активы (бренды) и управляет ими в организации ДПК-2.2 - Разрабатывает, внедряет и совершенствует политику ценообразования в организации ДПК-2.3 - Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации ДПК-2.4 - Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации ДОПК-1.1 - Использует основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного выполнения профессиональной деятельности ДОПК-1.2 - Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ДОПК-1.3 - Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий ДОПК-1.4 - Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий ДОПК-2.1 - Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе поставленных целей для решения профессиональных задач ДОПК-2.2 - Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение ДОПК-2.3 - Проверяет достоверность, полноту, актуальность и непротиворечивость данных, исключает их дублирование ДОПК-2.4 - Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде и содержательно интерпретирует полученные результаты ДОПК-3.1 - Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления ДОПК-3.2 - На основе результатов анализа проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности ДОПК-3.3 - Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий ДОПК-4.1 - Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций ДОПК-4.2 - Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса
Образовательные технологии	Установочная конференция, итоговая конференция, практическая подготовка
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой