|  |  |
| --- | --- |
|  **Аннотация** |  |
|  **Рабочей программы практики** |  |
|  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |
| **Вид** **практики**  **п.** **2.2.** **ФГОС**  | Производственная  |
| **Тип** **практики**  **п.2.2.** **ФГОС**  | Преддипломная практика  |
| **Направление**  **подготовки**  | 38.03.02 Менеджмент  |
| **Профиль**  | Интернет-маркетинг  |
| **Объем** **дисциплины**  | 6 з.е  |
| **Формы** **промежуточной** **аттестации**  |  Зачет |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
| **Часть** **ОПОП** **п.** **2.4** **ФГОС**  | Практика в полном объеме относится к вариативной части учебного плана.  |
| **Способы** **проведения** **практик** **(соответствии** **с** **положением** **университета** **о** **практической** **подготовке)**  | стационарная  |
| **Формы** **проведения** **практик** **(соответствии** **с** **положением** **университета** **о** **практической** **подготовке)**  | дискретно - по видам практик  |
| **Цель** **практики**  | Целью является формирования компетенций в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, для готовности к решениям профессиональных задач.  |
| **Краткое** **содержание** **совместного** **рабочего** **графики** **и** **индивидуального** **задания.**  **Основные** **мероприятия**  | **Вид** **оценочного** **средства**  **(документ** **по** **выполнению** **мероприятия)**  |
| Информация о руководителях практики  | Отчет ч.1  |
| Инструктажи  | Отчет ч.2  |
| Краткая характеристика места практики  | Отчет ч.3  |
| Описание алгоритма выполнения инд. задания  | Отчет ч.4 Аналитическая справка Решение практического кейса  |
| Документы, которые обучающийся представляет по окончании практики  | 1. Совместный рабочий график проведения практики 2. Индивидуальное задание 3. Отчет о выполнении совместного рабочего графика и индивидуального задания  |

|  |  |
| --- | --- |
| **При** **организации** **практики** **возможно/** **не** **возможно** **применение** **ДОТ**  | Применяются ДОТ (порядок применения ДОТ указан в индивидуальном задании)  |
|  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |
|  **Основная литература:** |
|  1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1091183 |
|  2. Мамонтов С.А., Глебова Н.М. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 174 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1006769 |
|  3. Солосиченко Т. Ж. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf |
|  4. Изакова Н. Б., Минина Т. Б. Аналитический маркетинг и управление продажами [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2020. - 257 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/21/p493743.pdf |
|  5. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 350 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/488789 |
|  **Дополнительная литература:** |
|  1. Кокинз Г., Тимофеев П.В. Управление результативностью [Электронный ресурс]:Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами Учебное пособие. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2017. - 318 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/926093 |
|  2. Капустина Л. М., Мосунов И. Д. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Cети [Электронный ресурс]:[монография]. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2015. - 102 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/books/17/m488193.pdf |
|  3. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [б. и.], [2018?]. - 1 – Режим доступа: http://meu.usue.ru/lessons/index.html |
|  4. Жильцова О. Н., Артемьева О. А. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 335 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/489043 |
|  |  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**   |
|  **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| IBM SPSS Statistics Base Edition Edition Campus Value Unit Term License Subscription and Support 12 Month.Договор № 162/223-ПО/2020 от 08.12.2020. Срок действия 28.02.2022.  |

|  |
| --- |
|  **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021    |
| Аннотацию подготовил: Изакова Н.Б.  |