

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 08:34:52

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926e071d6715d99a6e00adc8e27b55cbe1a2dbd7c78

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор –
проректор по учебной работе

Н.Г. Кузнецов

«1» июня 2018 г.



Программа практики
Производственная практика (преддипломная)

Направление подготовки

38.03.06 "Торговое дело"

Профиль

38.03.06.03 "Рекламная деятельность"

Уровень образования

бакалавриат

Ростов-на-Дону
2018 г.

Программа Производственной практики (преддипломной) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело" и на основании учебного плана подготовки бакалавра по направлению 38.03.06 "Торговое дело", профиль 38.03.06.03 "Рекламная деятельность", одобренного Ученым советом вуза от 27.03.2018 г. протокол № 10.

Кафедра Маркетинга и рекламы

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, продолжительность – 2 недели, 108 академических часов.

АВТОР	к.э.н, доцент, доцент		Иванченко О.В.	15.05.2018
	(ученая степень, звание, должность)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
ОБСУЖДАЛАСЬ И СОГЛАСОВАНА				
Кафедрой Маркетинга и рекламы			Бондаренко В.А.	15.05.2018
	(наименование)	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
Методическим советом направления			Костоглодов Д.Д.	28.05.2018
	Торговое дело	(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
Отделом образовательных программ и планирования учебного процесса			Г.В.Торопова	30.05.2018
		(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)
Проректором по учебно-методической работе			В.М.Джуха	31.05.2018
		(подпись)	(Ф.И.О.)	(дата)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1 Цели практики: Выполнение ВКР, в том числе закрепление теоретических знаний, получение навыков практического использования методов рекламной деятельности для постановки и решения профессиональных задач; проведение рекламных исследований, апробирование рекламного инструментария.

1.2 Задачи практики: разработка методологии исследования по теме ВКР, выбор, обоснование и освоение маркетинговых методов исследования, сбор необходимой информации по теме ВКР, аналитическая обработка данных, применение на практике рекламных методов для решения профессиональных задач.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 2.1. **Цикл (раздел) ОП:** Б2.В. ✓
 2.2. **Курс:** 4 курс -очная форма, 5 курс -заочная форма. ✓
 2.3. **Связь с дисциплинами учебного плана**

Перечень предшествующих дисциплин	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Маркетинг Рекламная деятельность Социальные аспекты поведения потребителей Массовые коммуникации и медиапланирование Организация и планирование рекламной деятельности Технологии продажи рекламы Копирайтинг и креатив Интегрированные маркетинговые коммуникации Дизайн в рекламе Реклама в сфере услуг Теория и генезис рекламы Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	ГИА

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Формируемые компетенции		Осваиваемые знания, умения, владения
Код	Наименование	
<i>Общекультурные компетенции (ОК)</i>		
ОК-3, ✓	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	3 особенности коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия У методы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках

		для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
		В технологиями коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-5, ✓	способностью к самоорганизации и самообразованию	З особенности самоорганизации и самообразования У методы самоорганизации и самообразованию В технологии самоорганизации и самообразования
ОК-9, ✓	владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	З особенности мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения У методы мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения В технологии мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>		
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	З особенности решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности У методы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности В технологии решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-

		коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-2, ✓	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	<p>З основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;</p> <p>У применять математический аппарат при решении профессиональных проблем</p> <p>В математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;</p>
ОПК-3, ✓	умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	<p>З особенности нормативных документов, используемых в профессиональной деятельности,</p> <p>У пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности,</p> <p>В навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов</p>
ОПК-4, ✓	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>З особенности сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);</p> <p>У применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p> <p>В навыками сбора, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>
ОПК-5, ✓	готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	<p>З особенностей технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p> <p>У работать с технической</p>

		<p>документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p> <p>В технологиями работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>
<i>Профессиональные компетенции (ПК)</i>		
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	<p>З особенности ассортимента и качества товаров и услуг,</p> <p>У оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение,</p> <p>В навыками осуществления контроля качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>
ПК-2, ✓	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	<p>З особенности управления торгово-технологическими процессами на предприятии,</p> <p>У регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p> <p>В технологиями регулирования процессов хранения, инвентаризации, материальных и трудовых ресурсов, а также учета потери</p>
ПК-3, ✓	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<p>З особенности потребностей покупателей товаров, их формирования с помощью маркетинговых коммуникаций,</p> <p>У изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>

		В владеть технологиями исследования и формирования потребностей покупателей товаров
ПК-4, ✓	способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	З специфику различных товаров для выявления и предупреждения их фальсификации
		У идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
		В навыками идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации
ПК-5 ✓	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	З особенности управления персоналом организации
		У организовывать деятельность малых коллективов
		В навыками управления персоналом малых коллективов
ПК-6, ✓	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	З особенности деловых переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения
		У выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение
		В навыками выбора деловых партнеров, проведения с ними деловых переговоров, заключения договоров
ПК-7, ✓	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	З особенности организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров
		У организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупки и продажи товаров
		В навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров
ПК-8, ↓	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	З характеристики необходимого уровня качества торгового

		обслуживания
		У обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
		В навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания
ПК-9,	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	3 специфику анализа, оценки и разработки стратегии организации
✓		У анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
		В технологиями анализа, оценки и разработки стратегии организации
ПК-10,	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	3 специфику научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности
✓		У проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
		В технологиями проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований 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)	3 инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
✓		У разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
		В методиками разработки инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-	способностью разрабатывать проекты	3 особенности разработки

12 ✓	профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	<p>проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>У разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>В методиками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>
ПК-13 ✓	готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<p>3 особенности организации проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы)</p> <p>У организовывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы)</p> <p>В методиками организации проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы)</p>
ПК-14, ✓	способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	<p>3 сущность прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности</p> <p>У прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p> <p>В методикой прогнозирования бизнес-процессы и оценки их эффективность</p>
ПК-15 ✓	готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях,	3 специфику логистических цепей и схем в торговых организациях

	способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	У управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы
		В методиками управления логистическими процессами и формирования оптимальных логистических систем

4. СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Стационарная и выездная.

5. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Дискретно.

6. МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Производственная (преддипломная) практика проводится в организациях и на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности.

7. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ	Трудоемкость в часах	Формы контроля
1	Подготовительный	Производственный инструктаж	4	План прохождения практики
2	Основной	Ознакомление с организацией работы на предприятии и в структурных подразделениях. Работа с литературой и электронными ресурсами Сбор аналитических данных Анализ маркетинговой деятельности объекта преддипломной практики, анализ возможностей внедрения инноваций маркетинговой деятельности	72	Запись в дневнике практики
5	Заключительный	Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении практики; сдача отчета о практике на кафедру	32	Отчет
	ИТОГО		108	Зачет с оценкой

Формами отчетности студентов о прохождении практики являются дневник и отчет.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике представлен в Приложении 1 к программе практики.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

9.1. Основная и дополнительная литература

№	Выходные данные	Количество экземпляров
Основная литература		
1	Писарева, Екатерина Владимировна. Реклама в местах продаж [Текст]: учеб. пособие / Е. В. Писарева; Рост. гос. экон. ун-т "РИНХ", Фак. коммерции и маркетинга. - Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ "РИНХ", 2010. - 168 с. - 150 экз. - ISBN 978-5-7972-1532-5.	83
2	Ягодкина, Марьяна Валериевна. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: учеб. -метод. пособие для вузов, ведущих подгот. по направлению 050100 "Пед. образование" / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Слостушинская. - СПб. Питер, 2014. - 304 с.: ил. - (Учебное пособие. Стандарт третьего поколения). - 1000 экз. - ISBN 978-5-496-00398-8.	50
3	Дубровин, Игорь Александрович. Маркетинговые коммуникации [Текст]: учеб. для студентов вузов, обучающихся по напр. подгот. "Экономика" / И. А. Дубровин. 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 580 с. - 1000 экз. - ISBN 978-5-394-01833-6.	25
4	Калиева, О.М., Лухменева, Е.П. Реклама в коммерческой деятельности [Текст]: учеб. пособие для вузов / О.М. Калиева, Е.П. Лухменева. – Оренбург: Оренбургский гос. Университет, 2012. – 156 с.	25
5	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. Синяевой И.М. М.: Юнити-Дана, 2015.-с. 504[Электронный ресурс]. -URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438&sr=1	http://biblioclub.ru неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Дополнительная литература		
1	Шемятихина, Лариса Юрьевна. Маркетинг для бакалавров менеджмента и экономики [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по напр. подгот. 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация "бакалавр") / Л. Ю. Шемятихина, Е. Е. Лагутина. - Ростов н/Д : Феникс, 2015. - 334 с.	50
2	Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг в коммерции [Текст] : учеб. для студентов экон. вузов, обучающихся по напр. "Экономика" и специальности "Маркетинг" / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. акад. РАЕН Л. П. Дашкова. 4-е изд. - М. : Дашков и К, 2014. - 548 с.	30
3	Костоглодов, Дмитрий Дмитриевич. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Д. Д. Костоглодов, В. А. Бондаренко ; Рост. гос. экон. ун-т (РИНХ). - Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013. - 317 с.	64
4	Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст] : учеб. для студентов высш. учеб. заведений : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с	50
5	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 080111 "Маркетинг" / под	20

	ред. проф. Н. А. Нагапетьянца. 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вуз. учеб. : ИНФРА-М, 2011. - 282 с.	
	Поляков В. А. , Васильев Г. А. Основы рекламы: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2015.-с. 718 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114432&sr=1	http://biblioclub.ru неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

9.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№	Выходные данные
1	Реклама в России. Публикации и аналитические статьи о рекламе, маркетинге, креативе http://www.rwr.ru/
2	Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР). http://www.rara.ru

9.3. Перечень программного обеспечения

№	Наименование программного обеспечения
1	Microsoft Office

9.4. Перечень информационно-справочных систем

№	Наименование информационно-справочных систем
1	Консультант +

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, являющиеся местом практики, должны обеспечить рабочее место студента компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Программа производственной (преддипломной) практики включает следующие основные разделы:

Раздел 1. Общая характеристика предприятия/СМИ/РА, направления деятельности, история, структура

Раздел 2. Характеристика производимых/продаваемых продуктов/услуг предприятия /РА/СМИ

Раздел 3. Анализ и оценка основных экономических показателей, связанных с маркетинговой и рекламной деятельностью за последних 3 года.

Раздел 4. Анализ факторов внешней и внутренней среды деятельности предприятия/РА/СМИ

Раздел 5. Анализ конкурентной ситуации

Раздел 6. Анализ маркетинга и продвижения предприятия

Раздел 7. Анализ бюджетирования маркетинга и продвижения

В соответствии со спецификой деятельности предприятия (фирмы) обучающийся согласовывает перечень разделов, отражаемых в отчете с руководителем практики от кафедры МиР. В соответствии с утвержденной темой ВКР студента содержание производственной (преддипломной) практики может быть актуализировано, что отражается в индивидуальном задании, согласованном с научным руководителем и утвержденным заведующим кафедрой МиР.

Требования к форме, структуре, объему отчета по практике

Отчет составляется в период прохождения производственной практики и должен быть построен в соответствии с разделами программы практики. В отчете должны быть представлены предложения по оптимизации работы коммерческого предприятия с использованием инструментария маркетинга.

К отчетам прилагаются все документы, заполненные студентами в период прохождения практики. Объем отчета должен составлять не менее 40 страниц машинописного текста без приложений. Отчет должен быть грамотно изложен, четко и аккуратно оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к студенческим работам. Отчет брошюруется в папку, лицевая сторона которой является титульным листом отчета.

Полностью оформленный отчет с отзывом руководителя практики от предприятия представляется руководителю практики от кафедры МиР для проверки и защиты. Вместе с отчетом студент должен представить заполненный дневник практики, скрепленный печатью предприятия и заверенный подписью руководителя практики от предприятия.

В приложениях должен содержаться фактический материал, представленный в виде схем, таблиц, диаграмм, и т.д., образцы расчетных формул, анализ статистической отчетности, анализ нормативных документов и иные формы анализа материала.


Результаты практики должны быть использованы при написании выпускной квалификационной работы.

На основании полученного отчета руководитель практики от кафедры МиР принимает решение о допуске студента к защите отчета. Отметка о допуске студента к защите указывается на отчете, который вместе с рецензией руководителя практики от кафедры МиР передается студенту для защиты. При отсутствии отчета с соответствующими рецензиями студента к защите не допускается.

Защита проводится на кафедре МиР руководителю практики от кафедры.

Защищенный отчет с указанием даты защиты передается руководителем практики от кафедры МиР лаборанту кафедры. Отметки о защите отчета по практике проставляются руководителем практики от кафедры МиР в зачетной книжке и экзаменационной ведомости.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры «Маркетинг и реклама»
Протокол № 10 от «15» 05 2018 г.
Зав. кафедрой  В.А. Бондаренко

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Производственная практика (преддипломная)

Направление подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

Профиль

38.03.06.03 «Рекламная деятельность»

Уровень образования

бакалавриат

Составитель



Иванченко О.В., к.э.н., доцент

Ростов-на-Дону, 2018

Оглавление

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	12
4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	15

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения практики» программы практики.

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОК-3, способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия			
<p>3 особенности коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>У методы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>В технологиями коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	<p>Выполнение производственных заданий по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала, обработка, систематизация и анализ полученной информации</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям</p>	<p>индивидуальное задание</p>
ОК-5, владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения			

<p>3 особенности мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения У методы мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения В технологии мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения</p>	<p>Проанализировать организацию и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса. Оценить качество и структуру информационного обеспечения рекламной деятельности. Разработать стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Проанализировать и оценить основные показатели деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамику, структуру за последних 3 года. Разработать план рекламной кампании. Разработать план маркетинговых исследований в ходе планирования рекламных кампаний, обосновать их целесообразность, эффективность.. Осуществить медиапланирование РК. Разработать бюджет рекламных кампаний. Описать технологии изготовления рекламного продукта Оценить экономическую эффективность рекламной кампании. Разработать систему правового регулирования рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
<p>ОК-9, владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию</p>			

информации, постановке цели и выбору путей ее достижения			
<p>З особенности мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения</p> <p>У методы мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения</p> <p>В технологии мышления, обобщения, анализа, восприятия информации, постановки цели и выбора путей ее достижения</p>	<p>Выполнение производственных заданий по сбору, обработке и систематизации фактического материала, обработка, систематизация и анализ полученной информации</p>	<p>полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям</p>	<p>индивидуальное задание</p>
<p>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</p>			
<p>З особенности решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p> <p>У методы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-</p>	<p>Оценить качество и структуру информационного обеспечения рекламной деятельности. Проанализировать и оценить основные показатели деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамику, структуру за последних 3 года.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>

<p>коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности В технологии решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>			
<p>ОПК-2, способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем</p>			
<p>3 основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; У применять математический аппарат при решении профессиональных проблем В математическом аппаратом при решении профессиональных проблем;</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года. План рекламной кампании. Маркетинговые</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>

	<p>исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность.. Медиапланирование РК. Бюджет рекламных кампаний. Оценка экономической эффективности рекламной кампании.</p>		
<p>ОПК-3, умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов</p>			
<p>З особенности нормативных документов, используемых в профессиональной деятельности, У пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, В навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов</p>	<p>Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
<p>ОПК-4, способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговоматериальной); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>			

<p>3 особенности сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговой-технологической); Уприменять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией В навыками сбора, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям: Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года. Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга. Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании. Маркетинговые</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
---	---	--	-------------------------------

	<p>исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность.. Медиапланирование РК. Бюджет рекламных кампаний. Технология изготовления рекламного продукта Оценка экономической эффективности рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>		
<p>ОПК-5, готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>			
<p>3 особенностей технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления У работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>	<p>Разработка документального сопровождения взаимоотношений между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга. Разработка документов в рамках проектирования плана рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>

<p>В технологиями работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>			
<p>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</p>			
<p>З особенности ассортимента и качества товаров и услуг, У оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, В навыками осуществления контроля качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации Планирование рекламной кампании на основе полученной информации</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
<p>ПК-2, способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>			

<p>3 особенности управления торгово-технологическими процессами на предприятии, У регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери В технологиями регулирования процессов хранения, инвентаризации, материальных и трудовых ресурсов, а также учета потери</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
<p>ПК-3, готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>			
<p>3 особенности потребностей покупателей товаров, их формирования с помощью маркетинговых коммуникаций, У изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка В владеть технологиями исследования и формирования потребностей покупателей товаров</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации Планирование РК. Маркетинговые исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность,</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме);</p>	<p>индивидуальное задание</p>

	<p>эффективность.. Медиапланирование РК. Бюджет рекламных кампаний. Оценка экономической эффективности рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие отчета требованиям...</p>	
<p>ПК-4, способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>			
<p>З специфику различных товаров для выявления и предупреждения их фальсификации У идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации В навыками идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p>Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
<p>ПК-5, способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>			
<p>З особенности управления персоналом организации У организовывать деятельность малых коллективов В навыками управления персоналом малых</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям;</p>	<p>индивидуальное задание</p>

<p>коллективов</p>	<p>руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации Планирование РК. Маркетинговые исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность.. Медиапланирование РК. Бюджет рекламных кампаний. Оценка экономической эффективности рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	
<p>ПК-6, способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>			
<p>3 особенности деловых переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения У выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение В навыками выбора деловых партнеров, проведения с ними деловых переговоров, заключения договоров</p>	<p>Организация взаимоотношений между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном</p>	<p>индивидуальное задание</p>

		объеме); соответствие отчета требованиям...	
ПК-7, способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров			
3 особенности организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров У организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупки и продажи товаров В навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров	Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...	индивидуальное задание
ПК-8, готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания			
3 характеристики необходимого уровня качества торгового обслуживания У обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания В навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания	Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет;	индивидуальное задание

	анализ полученной информации Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга.	обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...	
ПК-9, готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации			
Зспецифику анализа, оценки и разработки стратегии организации У анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации В технологиями анализа, оценки и разработки стратегии организации	Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям: Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...	индивидуальное задание

	<p>Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга.</p> <p>Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании.</p> <p>Маркетинговые исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность..</p> <p>Медиапланирование РК.</p> <p>Бюджет рекламных кампаний.</p> <p>Оценка экономической эффективности рекламной кампании.</p>		
ПК-10, способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности			
<p>З специфику научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности</p> <p>У проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p> <p>В технологиями проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно</p> <p>Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям:</p> <p>Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>

	<p>рекламного бизнеса. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года. Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга. Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании. Маркетинговые исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность.. Медиапланирование РК. Бюджет рекламных кампаний. Технология изготовления рекламного продукта Оценка экономической эффективности рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>		
<p>ПК-11, способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p>			

<p>3 специфику научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности</p> <p>У проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p> <p>В технологиями проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в профессиональной деятельности</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно</p> <p>Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям:</p> <p>Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса.</p> <p>Информационное обеспечение рекламной деятельности.</p> <p>Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга</p> <p>Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года.</p> <p>Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга.</p> <p>Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании.</p> <p>Маркетинговые</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
---	---	--	-------------------------------

	<p>исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность..</p> <p>Медиапланирование РК.</p> <p>Бюджет рекламных кампаний.</p> <p>Технология изготовления рекламного продукта</p> <p>Оценка экономической эффективности рекламной кампании.</p> <p>Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>		
<p>ПК-12, способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>			
<p>3 особенности разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>У разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>В методиками разработки проектов профессиональной деятельности</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно</p> <p>Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям:</p> <p>Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса.</p> <p>Информационное</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>

<p>(торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>	<p>обеспечение рекламной деятельности. Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года. Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга. Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании. Маркетинговые исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность.. Медиапланирование РК. Бюджет рекламных кампаний. Технология изготовления рекламного продукта Оценка экономической эффективности рекламной кампании. Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>		
<p>ПК-13, готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>			

<p>3 особенности организации проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) У организовывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) В методиками организации проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы)</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно Обработка, систематизация и анализ полученной информации проводится по следующим направлениям: Организация и направления деятельности рекламного агентства (РА)/отдела маркетинга в сфере рекламного бизнеса. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Разработка стратегии деятельности РА/отдела маркетинга Анализ и оценка основных показателей деятельности рекламного агентства или отдела маркетинга, их динамика, структура за последних 3 года. Взаимоотношения между участниками рекламного процесса в анализируемом агентстве/отделе маркетинга. Основы планирования и проведения рекламных кампаний (РК). План рекламной кампании. Маркетинговые</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
---	---	--	-------------------------------

	<p>исследования в ходе планирования рекламных кампаний, их целесообразность, эффективность..</p> <p>Медиапланирование РК.</p> <p>Бюджет рекламных кампаний.</p> <p>Технология изготовления рекламного продукта</p> <p>Оценка экономической эффективности рекламной кампании.</p> <p>Правовое регулирование рекламной деятельности рекламного агентства/отдела маркетинга.</p>		
ПК-14, способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность			
<p>З сущность прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности</p> <p>У прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p> <p>В методикой прогнозирования бизнес-процессы и оценки их эффективность</p>	<p>Оценка экономической эффективности рекламной кампании.</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям;</p> <p>соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
ПК-15, готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы			

<p>3 специфику логистических цепей и схем в торговых организациях</p> <p>Управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p> <p>В методиками управления логистическими процессами и формирования оптимальных логистических систем</p>	<p>Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и др. виды работ, выполняемые обучающимся как под руководством руководителя практики от предприятия, преподавателя, так и самостоятельно</p> <p>Обработка, систематизация и анализ полученной информации</p>	<p>соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора; объем выполненной работы (в полном, не полном объеме); соответствие отчета требованиям...</p>	<p>индивидуальное задание</p>
--	---	--	-------------------------------

2.2 Шкалы оценивания:

Контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Маркетинга и рекламы

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

Раздел 1. Общая характеристика предприятия/СМИ/РА, направления деятельности, история, структура

Задание. Изучить организационную структуру предприятия, состав, задачи и функции его основных и управленческих подразделений; организационную структуру управления маркетингом на предприятии/РА/СМИ.

Раздел 2. Характеристика производимых/продаваемых продуктов/услуг предприятия /РА/СМИ

Задание 1. Дать характеристику товарам, услугам, производимых или продаваемых предприятием

Задание 2. Выделить преимущества и недостатки товарной продукции/услуг

Раздел 3. Анализ и оценка основных экономических показателей, связанных с маркетинговой и рекламной деятельностью за последних 3 года.

Задание. Провести анализ основных показателей деятельности (проанализировать их динамику, структуру за 3 последних года и в результате дать оценку сильных и слабых сторон коммерческого предприятия).

Раздел 4. Анализ факторов внешней и внутренней среды деятельности предприятия/РА/СМИ

Задание 1. Провести анализ факторов внешней маркетинговой и рекламной среды деятельности предприятия/РА/СМИ

Задание 2. Провести анализ факторов внутренней маркетинговой и рекламной среды деятельности предприятия/РА/СМИ

Раздел 5. Анализ конкурентной ситуации

Задание 1. Дать характеристику конкурентной среды предприятия/РА/СМИ

Задание 2. Проанализировать конкурентов предприятия/РА/СМИ

Раздел 6. Анализ маркетинга и продвижения предприятия

Задание 1. Провести оценку деятельности по продвижению (процесс коммуникаций, комплекс и структура продвижения);

Задание 1. Проанализировать используемые подходы определения бюджета продвижения, а также факторы распределения средств между отдельными элементами комплекса продвижения и средствами доведения рекламы

Задание 2. Описать структуру бюджета продвижения за 3 года.

Раздел 7. Анализ бюджетирования маркетинга и продвижения

Задание. Проанализировать источники финансирования рекламных мероприятий, определить место затрат на продвижение и/или рекламную деятельность предприятия/РА/СМИ

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; своевременно

предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник студента-практиканта и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике точно соответствует требуемой структуре отчета, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; в процессе собеседования демонстрирует отличные знания и умения, предусмотренные программой производственной практики, аргументировано и в логической последовательности излагает материал, аргументированно отвечает на поставленные вопросы

- оценка «хорошо» выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник студента-практиканта и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала, выводов и рекомендаций; в процессе собеседования демонстрирует достаточные знания программного материала, допускает несущественные неточности в ответах, в целом правильно применяет теоретические положения при анализе практических ситуаций; не достаточно аргументированно отвечает на поставленные вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник студента-практиканта и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако, нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; в процессе собеседования демонстрирует удовлетворительные знания и умения, предусмотренные программой производственной практики; допускает ошибки при ответах на поставленные вопросы.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; содержание разделов отчета о производственной практике не соответствует требуемой структуре отчета нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; не владеет знаниями и умениями, предусмотренными программой производственной практики, с большими затруднениями формулирует ответы на поставленные вопросы.

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль по практике проводится в форме контроля на каждом этапе, указанном в таблице раздела 7 программы практики.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.