

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:30:10

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Учебная практика (Ознакомительная практика)

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготов ки	108	108	108	108
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	104	104	104	104
Итого	108	108	108	108

1. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ОПК-1: Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;

ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

основные методы совершенствования общекультурного и интеллектуального уровня; основы научного исследования профессиональной деятельности; средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности(соотнесено с индикатором ОПК-1.1); способы закупок и продаж товаров, в том числе инновационные; основные инновационные технологии в маркетинговой деятельности организаций(соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

развивать собственный интеллектуальный уровень; самостоятельно овладевать новыми методами исследования; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.2);выбирать инновационные способы закупок и продаж товаров; разрабатывать предложения по внедрению инновационных технологий маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

Владеть:

совершенствования интеллектуального и общекультурного уровня; изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности;средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.3);обоснованных в существующей ситуации инновационных способов закупок и продаж товаров; оценки эффективности инновационных технологий, используемых в маркетинговой деятельности(соотнесено с индикатором ПК-1.3)