

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:34:25

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Производственная практика (Преддипломная практика)

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготов ки	540	540	540	540
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	536	536	536	536
Итого	540	540	540	540

1. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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

ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

ПК-3: Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

основы научного исследования профессиональной деятельности; основные методы сбора информации в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности; средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.1); методы оценки рисков маркетинговой деятельности в условиях глобализации; основные методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия) и эффективности её хозяйственной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.1); основные методы исследования и прогнозирования тенденций изменения конъюнктуры рынка; основы научно-исследовательских работ в области маркетинга; основы проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

Уметь:

самостоятельно овладевать новыми методами исследования; использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять научное мировоззрение; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.2); оценивать риски маркетинговой деятельности; разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.2); анализировать и моделировать бизнес-технологии маркетинговой деятельности; обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ; проектировать информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

Владеть:

изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; использования информационных технологий; средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности; владеть инструментом анализа и оценки рисков маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.3); методами контроля и оценки эффективности разработанной стратегии маркетинговой деятельности; владеть методами оценки результатов маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.3); методами обработки и представления результатов научно-исследовательских работ; методами реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.3)