

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.09.2024 09:48:36

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

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

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

Рабочая программа практики
Производственная практика (преддипломная практика)

Направление 38.03.06 Торговое дело
Направленность 38.03.06.04 Реклама в бизнес-коммуникациях

Для набора 2023 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Маркетинг и реклама**Распределение часов практики по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	УП	РП		
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	212	212	212	212
Итого	216	216	216	216

Объем практики

Неделя	4
Часов	216
ЗЕТ	6

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доц., Иванченко О.В.

Зав. кафедрой: д.э.н., проф. Бондаренко В.А.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Костоглодов Д.Д.

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ООП: Б2.О

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов;

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

В результате прохождения практики обучающийся должен:**Знать:**

основы социального взаимодействия (соотнесено с индикатором УК-3.1), основы деловой коммуникации в устной и письменной формах (соотнесено с индикатором УК-4.1), основы межкультурного разнообразия общества (соотнесено с индикатором УК-5.1), основы торгово-экономических процессов в сфере обращения (соотнесено с индикатором ОПК-3.1), средства и методы оценки экономической эффективности организационно-управленческих решений в рекламе и бизнес-коммуникациях (соотнесено с индикатором ОПК-4.1), современные программные средства при решении рекламных задач (соотнесено с индикатором ОПК-5.1), аналитические информационные технологии обеспечения рекламной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-6.1)

Уметь:

работать в команде (соотнесено с индикатором УК-3.2), решать рекламные задачи на основе деловой коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.2), анализировать целевую аудиторию на основе межкультурного разнообразия общества (соотнесено с индикатором УК-5.2), исследовать торгово-экономические процессы (соотнесено с индикатором ОПК-3.2), анализировать и оценивать экономическую и финансовую эффективность рекламной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-4.2), формировать рекламную информационную систему с использованием информационных технологий и программных средств (соотнесено с индикатором ОПК-5.2), моделировать бизнес-процессы рекламной деятельности на основе современных информационных технологий (соотнесено с индикатором ОПК-6.2)

Владеть:

навыками взаимодействия в команде при решении профессиональных задач (соотнесено с индикатором УК-3.3), навыками деловой коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.3), навыками исследования поведения потребителей с учетом межкультурного разнообразия общества (соотнесено с индикатором УК-5.3), методами анализа рынка с учетом природы торгово-экономических процессов (соотнесено с индикатором ОПК-3.3), методами экономического и финансового анализа (соотнесено с индикатором ОПК-4.3), информационными технологиями и программными средствами при решении рекламных задач (соотнесено с индикатором ОПК-5.3), методами реализации аналитического обеспечения рекламной деятельности на основе современных информационных технологий (соотнесено с индикатором ОПК-6.3)

3. ПРАКТИКА**Вид практики:**

Производственная

Форма практики:

Дискретно по периодам проведения практик. Практика проводится в форме практической подготовки.

Тип практики:

преддипломная практика

Форма отчетности по практике:

Дневник о прохождении практики, отчет о прохождении практики

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**Раздел 1. Подготовительный этап**

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Вводная лекция. Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по	7	4	УК-3,УК-4,УК-	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1,

	прохождению практики, по составлению и оформлению дневника и отчета по практике. / Лек /			5,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6	Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
Раздел 2. Основной этап					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	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 с использованием LibreOffice. / Ср /	7	190	УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
Раздел 3. Заключительный этап					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении преддипломной практики с использованием LibreOffice; сдача отчета о практике на кафедру. / Ср /	7	22	УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
3.2	/ ЗачётСОц /	7	0	УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

6.1. Учебная литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Сабетова, Т. В., Закшевская, Е. В.	Реклама и рекламная деятельность: учебное пособие	Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016	https://www.iprbookshop.ru/72744.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Ларина, А. В.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017	https://www.iprbookshop.ru/102938.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Ромат Е., Сендеров Д.	Реклама: Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения. — (Серия «Учебник для вузов»).	Санкт-Петербург: Питер, 2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=377340 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.4	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Бондаренко В. А., Дадаян Н. А., Дзотцоева К. А., Ерохина Т. Б., Корниенко С. Ф., Бондаренко В. А.	Основы PR и рекламной деятельности: учебное пособие для студентов бакалавриата направлений 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 38.03.06 «Торговое дело»: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Ковалевский В., Калиева О., Лужнова Н.	Организация рекламной деятельности: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Васильева, Л. А.	Реклама: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2016	https://www.iprbookshop.ru/39114.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Кузнецов, П. А.	Политическая реклама. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	https://www.iprbookshop.ru/81729.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4		Региональная экономика : теория и практика: журнал	Москва: Финансы и кредит, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698971 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Черепанов В. Д.	Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: учебное пособие для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: учебное пособие	Москва: Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=702953 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6		Российский экономический журнал: журнал	Москва: Московский финансово-юридический университет (МФЮА), 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712557 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.2 Ресурсы сети «Интернет»

Э1	База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) https://wciom.ru/database/
Э2	База данных Фонда общественного мнения https://bd.fom.ru

6.3. Информационные технологии:

6.3.1. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

6.3.2. Перечень информационных справочных систем

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

7. 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, а также подразделения Университета, являющиеся базами практики должны обеспечить рабочее место студента оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Отчет по производственной практике (преддипломной практике) состоит из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет не менее 20 страниц печатного текста. Вторая часть отчета о практике представляет собой приложения к отчету (графики, рисунки, диаграммы и таблицы, статистические данные, копии локальных актов организации (предприятия) и т.п.)

Отчет по практике выполняется на русском языке, в компьютерном наборе на белой бумаге, на одной стороне, формата А 4 (210x297 мм).

Текст печатается 14 шрифтом Times New Roman, через 1,5 интервала с полями: левое - 3 см, правое - 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см, отступы строк и интервалы до и после абзаца должны быть равны нулю. Все слова в тексте отчета должны быть написаны полностью. Допускаются только общепринятые сокращения (например: и так далее -и т.д.; то есть - т. е.; смотри - см.) и сокращения, расшифровываемые в перечне сокращений, символов и специальных терминов.

В тексте отчета не допускаются выделения подчеркиванием, курсивом, полужирным шрифтом или любыми другими способами.

Все страницы отчета должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа, располагаясь по центру без точки. Размер шрифта 11 с типом Times New Roman. Общей нумерации подвергается также титульный лист, номер на котором не проставляется.

В общий объем отчета включается количество страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом списка использованных источников (приложения в общий объем отчета не засчитываются).

Обучающийся выполняет следующее:

- 1) осуществляет сбор, хранение, обработку и анализ информации для написания выпускной квалификационной работы;
- 2) проводит анализ и оценку рекламной деятельности предприятия, отраслевых рынков, продвижения товаров от производителей до потребителей;
- 3) анализирует структуру и характеристику товарной политики, ценовой политики, каналов распределения и комплекса продвижения на предприятии;
- 4) анализирует и оценивает организацию, планирование и контроль рекламной деятельности;
- 5) исследует информационное обеспечение рекламной деятельности;
- 6) оценивает эффективность рекламных стратегий и мероприятий и результаты финансово-экономической деятельности предприятия.

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;
- содержание;
- разделы:

- 1 Организация и предмет деятельности организации, анализ экономической деятельности организации.
- 2 Рекламные исследования и информационная система организации.
- 3 Разработка и реализация коммуникационной политики предприятия.
- 4 Анализ политики продвижения предприятия в онлайн и офлайн среде.
- 5 Анализ расходов на рекламу и маркетинг организации.
- 6 Анализ рекламных стратегий, каналов коммуникации и медиаплан организации.
- 7 Анализ внешней и конкурентной среды предприятия.
- 8 Анализ клиентской политики и целевой аудитории.
- 9 Предложения по совершенствованию рекламы и бизнес-коммуникаций в деятельности организации.

- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведенное выше в конкретном отчете того или иного обучающегося может корректироваться.

Список должен содержать сведения об источниках литературы, использованных в процессе прохождения практики (должностные инструкции, Устав предприятия и др.), в алфавитном порядке. Включение в список литературы, которой обучающийся не пользовался в своей работе, недопустимо.

К отчету могут быть приложены отчетность предприятия, таблицы, схемы, бланки, а также образцы документов, с которыми обучающийся непосредственно работал в процессе практики.

Отчет обязательно должен содержать не только информацию о выполнении заданий программы практики, но и включать анализ этой информации, выводы и рекомендации, разработанные обучающимся самостоятельно.

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
Знать основы социального взаимодействия	проводит исследования социального взаимодействия при написании отчета и ответе на вопрос индивидуального задания	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь работать в команде	применяет различные методы командной работы при написании отчета	аргументированность использованных в отчете методов командной работы при анализе данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Владеть навыками взаимодействия в команде при решении профессиональных задач	формулировка предлагаемых мер повышения взаимодействия в команде при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
Знать основы деловой коммуникации в устной и письменной формах	собирает данные с помощью деловой коммуникации при написании отчета	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь решать рекламные задачи на	решение рекламных задач предприятия с помощью деловой коммуникации в отчете	Правильность решения рекламных задач в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота	Индивидуальное задание (задание 1-18)

основе деловой коммуникации		и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	
Владеть навыками деловой коммуникации	проведение анализа рекламной информации с помощью деловой коммуникации при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
Знать основы межкультурного разнообразия общества	проводит исследования межкультурного разнообразия общества при написании отчета и ответе на вопрос индивидуального задания	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь анализировать целевую аудиторию на основе межкультурного разнообразия общества	применяет различные методы анализа целевой аудитории при написании отчета	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Владеть навыками исследования поведения потребителей с учетом межкультурного разнообразия общества	проведение анализа поведения потребителей с помощью деловой коммуникации при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)
ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов			
Знать основы торгово-экономических процессов в сфере обращения	собирает данные, проводит исследование торгово-экономических процессов при написании отчета	аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь исследовать торгово-экономические процессы	применяет различные методы анализа торгово-экономических процессов, формулирует выводы в отчете по практике	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с	Индивидуальное задание (задание 1-18)

		индивидуальным заданием	
Владеть методами анализа рынка с учетом природы торгово-экономических процессов	подготовка отчета по преддипломной практике с учетом природы торгово-экономических процессов	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)
ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности			
Знать средства и методы оценки экономической эффективности организационно-управленческих решений в рекламе и бизнес-коммуникациях	проводит оценку экономической и финансовой эффективности рекламной деятельности в отчете	аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь анализировать и оценивать экономическую и финансовую эффективность рекламной деятельности	применяет методы обработки рекламной информации при написании отчета	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Владеть методами экономического и финансового анализа	проведение анализа данных, необходимых для оценки экономической и финансовой эффективности рекламных инноваций в отчете	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)
ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач			
Знать современные программные средства при решении рекламных задач	проводит информационную обработку данных о маркетинговой деятельности организации при написании отчета	аргументированность использованных в отчете информационных технологий и программных средств	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь формировать	применяет современные информационные	полнота проведенной обработки данных в отчете;	Индивидуальное задание

рекламную информационную систему с использованием информационных технологий и программных средств	технологии обработки рекламной информации при написании отчета	целенаправленность поиска и отбора информационных технологий; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	(задание 1-18)
Владеть информационными технологиями и программными средствами при решении рекламных задач	выбор программного продукта для решения задачи, поставленной при выполнении программы практики	грамотное использование программных продуктов на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности			
Знать аналитические информационные технологии обеспечения рекламной деятельности	пользуется аналитическими информационными технологиями для решения практических и аналитических задач в отчете	аргументированность использованных в отчете аналитических информационных технологий	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Уметь моделировать бизнес-процессы рекламной деятельности на основе современных информационных технологий	моделирует бизнес-процессы рекламной деятельности предприятия при написании отчета	полнота проведенного моделирования в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-18)
Владеть методами реализации аналитического обеспечения рекламной деятельности на основе современных информационных технологий	проведение анализа данных, необходимых для аналитического обеспечения рекламной деятельности предприятия в отчете	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению	Индивидуальное задание (задание 1-18)

Шкалы оценивания:

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

84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично»)

67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо»)

50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно»)

2 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

Индивидуальное задание

1 Представьте общие сведения о компании (организации): - Полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение.

2 Опишите организационно-правовую форму компании и её структуру управления - Философия, миссия компании и основные черты корпоративной стратегии, бизнес стратегий и предпринимательской политики в области производства, исследований и разработок, маркетинга, рекламы, финансов, инноваций, персонала, сбыта и др.

3 Охарактеризуйте основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, дайте их краткую характеристику.

4 Опишите клиентскую базу и целевую аудиторию организации.

5 Проанализируйте лояльность и число клиентов (покупателей), динамику их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации.

6 Опишите организационные структуры рекламы распределение функций по службам предприятия.

7 Охарактеризуйте планирование и контроль маркетинговой деятельности.

8 Опишите количество и характеристику проведенных маркетинговых исследований, в том числе в области рекламы (самостоятельно или по заказам).

9 Проанализируйте показатели экономической деятельности, а также рекламной и PR-политики: - ATL, BTL и PR-мероприятия (цели и затраты, график мероприятий).

10 Опишите подходы к формированию имиджа компании и её товаров (услуг).

11 Проанализируйте промо-акции и другие используемые методы стимулирования продаж.

12 Определите долю марочной продукции, узнаваемость марки. - Спонсорство. - Выставки, ярмарки. - Эмблемы, логотипы, фирменный стиль.

13 Проанализируйте расходы на рекламу в динамике за 3 года.

14 Опишите методы оценки эффективности рекламных мероприятий и результаты контроля.

15 Проведите анализ внешней конкурентной среды, в том числе анализ политики продвижения конкурентов.

16 Изучите образцы положений о рекламной службе и её функциях положений о деятельности, должностных инструкций сотрудников.

17 Сделайте заключение о необходимости регламентации управления в рекламной службе с учетом специфики деятельности компании.

18 Представьте рекомендации по совершенствованию рекламы и бизнес-коммуникаций в деятельности организации.

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично») - изложенный в отчете материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с поставленными целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала в отчете и на защите, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе практики;

- 50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно») - наличие твердых знаний в объеме практики в соответствии с целями обучения, изложение содержания отчета с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно») – ответы на защите отчета не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, несоответствие содержания отчета по практике непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

3 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 4 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.