

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра маркетинга и рекламы

ПРОГРАММА

**практики по получению первичных профессиональных умений и
навыков (учебная практика)**

Направление **38.04.02 «Менеджмент»**,
направленность: **«Цифровой маркетинг»**

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения очная

Программа практики адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Программа практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (Учебная практика)

Составители:

Канд. экон. наук, доцент Гуриева М.Т.

Канд. физ.-мат. наук, доцент Пратусевич В.Р.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

Маркетинга и рекламы

№_11_ от_19.06.2019____

1. Оглавление

1	Пояснительная записка.....	4
1.1	Цель и задачи практики.....	4
1.2	Вид (тип) практики.....	4
1.3	Способы, формы и места проведения практики.....	5
1.4	Вид (виды) профессиональной деятельности.....	6
1.5	Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы:.....	6
1.6	Место практики в структуре образовательной программы.....	8
1.7	Объем практики.....	9
2	Содержание практики.....	9
3	Оценка результатов практики.....	10
3.1	Формы отчётности.....	10
3.2	Критерии выставления оценки по практике.....	13
3.3	Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	15
4	Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	16
4.1	Список источников и литературы.....	16
4.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ...	19
5	Материально-техническая база, необходимая для проведения практики.....	20
6	Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	21
	Приложение 1 АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	24
	Приложение 2 ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	26
	Приложение 3 Образец титульного листа отчета по учебной практике.....	27
	Приложение 4 ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	28

1 Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи практики

Цель практики:

- ознакомление обучающихся с основными видами, задачами деятельности маркетингового аналитика и углубление полученных теоретических знаний в сфере цифрового, его предметных и функциональных областях;
- приобретение первичных практических навыков самостоятельной работы в сфере цифрового маркетинга, включая сбор, анализ и обобщения материалов, разработки предложений для первоначальной подготовки магистерской диссертации;
- приобретение магистрантами знаний и умений, необходимых для выполнения организационно-управленческой работы при решении конкретных задач в организации маркетинговой деятельности.

Задачи практики:

- обеспечение взаимосвязи между теоретическими знаниями, полученными при изучении дисциплин по получаемой направленности и выполнении практических заданий, выполняемых в ходе учебной практики;
- исследование профессиональных функций и обязанностей сотрудников маркетинговых и сбытовых подразделений;
- изучение организационной культуры и деловой этики маркетинговой деятельности;
- овладение современной методологией маркетинговых исследований, а также современными методами и инструментами цифрового маркетинга;
- сбор и обработка информационного и практического материала для подготовки отчета и написания выпускной квалификационной работы магистра.
- сбор и обработка информационного и практического материала для подготовки отчета.

1.2 Вид (тип) практики.

Вид практики: Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (учебная практика) является обязательным разделом основной образовательной программы подготовки магистров по направлению «Менеджмент», направленность «Цифровой маркетинг». Программа практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

(учебная практика) реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ.

1.3 Способы, формы и места проведения практики

Способы проведения практики:

Стационарная (в структурных подразделениях РГГУ), выездная.

Формы проведения практики:

Дискретно, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практик.

В соответствии с рабочим учебным планом и календарным учебным графиком прохождение практики предусмотрено в объеме 216 часов (6 ЗЕТ, 4 недели) - на 1 курсе во 2 семестре. Конкретные сроки прохождения учебной практики устанавливаются приказом по РГГУ в соответствии с календарным учебным графиком.

Место проведения практики:

РГГУ: Учебная практика проводится на кафедрах (**кафедра маркетинга и рекламы РГГУ**), в учебно-научных центрах, научных лабораториях вуза, в структурных подразделениях вуза, осуществляющих маркетинговую деятельность и обладающих необходимым материально-техническим обеспечением (**отдел маркетинга и рекламы РГГУ**).

Виды учебной работы на практике включают кабинетные и полевые исследования. Кабинетные исследования включают поисковые работы в открытых и закрытых источниках информации: мониторинг электронных и печатных СМИ, поиск и анализ информации открытых и закрытых баз данных, аналитика готовых исследований, анализ государственных и ведомственных статистических данных, анализ информации с выставок, отраслевых событий, специализированных каталогов и справочников, рекламно-информационных материалов.

В ходе учебной практики обучаемые используют технологии конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

Методами получения информации в полевых исследованиях, проводимых в ходе учебной практики, являются: опросы, наблюдение, эксперимент и экспертные оценки, а также мониторинг информационных материалов (прайс-листов, каталогов, проспектов и т.д.).

Результаты практики могут быть использованы при написании курсовых работ, ВКРМ, а также в кейсах, выступлениях на научно-практических конференциях, в научных исследованиях, проводимых кафедрой.

Таким образом, содержание программы учебной практики включает:

- знакомство с подразделением вуза, в котором студент проходит практику;
- ознакомление с профессиональными обязанностями маркетолога-аналитика;
- практическое закрепление знаний, полученных в процессе обучения;
- овладение первичными профессиональными навыками работы по выбранному направлению и направленности;
- овладение навыками проведения исследовательской работы по выбранному направлению и направленности;
- овладение навыками оформления отчетности;
- составление отчета о практике;
- защиту отчета о практике.

1.4 Вид (виды) профессиональной деятельности

Научно-исследовательская деятельность

1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Программа практики по получению профессиональных умений и навыков (учебная практика) направлена на формирование следующих компетенций по направлению подготовки **38.04.02 «Менеджмент»**, направленность «Цифровой маркетинг»:

№ п/п	Код компетенции	Планируемые результаты освоения ОП (компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
Общекультурные компетенции			
1.	ОК-2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • организационную структуру организации, роль, функции и задачи менеджеров по маркетингу, рекламе, сбыту в современных организациях; • виды управленческих решений в сфере маркетинга и методы их принятия. Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач;

			Владеть: <ul style="list-style-type: none"> • навыками мониторинга электронных и печатных СМИ, поиска и анализа информации открытых и закрытых баз данных.
2.	ОК-3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • методы маркетинговых исследований социально значимых проблем и процессов; Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • формулировать и решать задачи, возникающие в ходе написания аналитического обзора; Владеть: <ul style="list-style-type: none"> • методами анализа и самоанализа, способствующими развитию личности работника научного.
Общепрофессиональные компетенции			
3.	ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • принципы, методы и способы сбора, обработки, анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений в сфере маркетинга; Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • обосновывать актуальность выбранного направления исследования, адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании; • строить продуктивные взаимоотношения с коллегами и педагогами. Владеть: <ul style="list-style-type: none"> • первичными навыками организации научной работы магистрантов в сфере маркетинга и основами профессионального мировоззрения в соответствии с профилем избранной магистерской программы;
Профессиональные компетенции			
4.	ПК-7	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • принципы анализа и систематизации собранного материала; Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований и оформлять их в виде научных докладов и публикаций, отчетов, рефератов, статей и т.п.; • формулировать и решать задачи,

			<p>возникающие в ходе написания аналитического обзора;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • способами обработки получаемых данных и их интерпретацией.
--	--	--	--

1.6 Место практики в структуре образовательной программы

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (учебная практика) относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» ОП ВО Б2.В.01(У), согласно учебному плану проводится на первом курсе обучения

Для прохождения учебной практики необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Маркетинг и маркетинговый консалтинг
- Методология исследовательской деятельности и академическая культура
- Математические модели в теории управления и исследование операций
- Иностранный язык в профессиональной деятельности
- Количественные методы маркетинговых исследований
- Качественные методы маркетинговых исследований
- Методы принятия решений в информационном маркетинге

В результате прохождения учебной практики формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Управление маркетингом
- Статистические методы в маркетинге
- Теория организации и организационное поведение
- Бренд-менеджмент
- Эффективность маркетинга и ее измерение
- Внутренний маркетинг
- Стратегическое планирование в маркетинге
- Управление проектами в маркетинге
- Продвижение бренда в социальных сетях
- Промышленный маркетинг
- Маркетинг в торговле
- Маркетинговые исследования в коммуникационной деятельности
- Интернет-маркетинг
- Алгоритмы разработки маркетинговой стратегии предприятия
- Научно-исследовательская работа

- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)
- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая)
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты

1.7 Объем практики

В соответствии с учебным планом и календарным графиком объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 ч.), в том числе контактная работа 8 ч.. Продолжительность практики – 4 недели.

2 Содержание практики

№ п/п	Темы и виды работ	Код формируемой компетенции
1.	Инструктаж по технике безопасности	
2.	Подготовительный этап: получение индивидуального задания по прохождению учебной практики и составление плана выполнения работ. составление библиографического списка по теме практики;	ОК-3, ОПК-1
3.	Прохождение практики в вузе (организации): обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования; обоснование основных научных положений комплекса теоретико-методических подходов по теме работы на основе развития инноваций; выбор проблематики, целей и задач исследования; исследование трудов отечественных и зарубежных ученых; ознакомление с научными методиками, технологией их применения, способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией; выполнение индивидуальных заданий; сбор, обработка и систематизация фактического материала; наблюдения, измерения и другие, выполняемые обучающимся самостоятельно, виды работ.	ОК-2, ОК-3, ОПК-1

4.	Заключительный этап: Выполнение анализа собранного материала; Подготовка и защита отчета по практике	ОК-2, ОК-3, ОПК-1, ПК-7
----	---	-------------------------

3 Оценка результатов практики

3.1 Формы отчётности

Формами отчётности по практике являются: отчёт обучающегося, характеристика с места прохождения практики.

По завершении практики магистрант предоставляет на кафедру следующие документы:

- отчет по практике,
- характеристика с места практики (Приложение 4);

Отчет по практике должен содержать 20-25 страниц текста и иметь следующие разделы:

1. Титульный лист (Приложение 3).
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основная часть (в которой подробно описываются все результаты (разработки, исследования и т.п.), полученные в ходе прохождения практики и выполнение индивидуального задания).
5. Заключение.
6. Список использованных информационных источников.
7. Приложения (при необходимости).

Содержание включает наименование тематических разделов с указанием номера их начальной страницы.

Во введении дается общая характеристика конкретного рабочего места, обоснование инструментария практической реализации исследования; аннотация проведенных исследований. Во введении студент должен сформулировать цель практики и задачи, решаемые в рамках ее реализации; определить предмет и объект исследования (2-3 предложения); указать объем, количество содержащихся таблиц, графиков, схем, диаграмм, количество источников в списке литературы и т.д. (1-3 предложения).

В тематических разделах:

- дается краткая характеристика предприятия — наименование предприятия, организационно-правовая форма предприятия, вид деятельности; краткая история, описывающая период его создания и роста; цели и задачи предприятия; масштаб деятельности предприятия; миссия и имидж предприятия; стратегия и тактика управления предприятием; уровень организационной культуры; анализ сильных и слабых сторон предприятия (качество продукции и услуг, возможности сбыта, местоположение, землепользование, структура и объем выпускаемой продукции, организационная структура управления, обеспеченность кадрами, их

профессиональный состав, приводятся основные результаты работы предприятия;

- приводятся подробные сведения о работе службы маркетинга, в которой проходила практика, ее структуре, выполняемых функциях, хозяйственных связях;

- описывается собранная информация;

- анализируется степень использования автоматизированных информационных технологий;

- приводится перечень и характеристики пакетов прикладных программ для обработки финансовой и экономической информации.

В разделе, посвященном *научному исследованию*, следует отразить:

- характеристику проведенных теоретических и экспериментальных исследований в рамках поставленных задач;

- анализ полученных результатов с четким обоснованием их теоретического и практического значения;

- тексты подготовленных к публикации и/или опубликованных за период научно-производственной практики статей, тезисов, докладов по теме диссертационного исследования.

В *заключении* подводятся итоги практики, формулируются выводы, даются рекомендации по совершенствованию работы данного отдела предприятия (организации), список выявленных недостатков функционирования предприятия.

Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (Приложение 2): содержание данного раздела определяется темой выпускной квалификационной работы магистра и индивидуальным заданием магистранта.

Список использованных источников. Количество источников должно быть не менее 15 наименований. Библиографическое описание источников информации для оформления списка использованной литературы ведется в соответствии с ГОСТ 7.80-2000 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления».

В конце отчета необходимо приводить список источников и литературы, которые были использованы при его составлении. Обязательны ссылки на литературу в тексте. Если в отчете используются заимствованные тексты, формулы и т.д., то должны быть указаны ссылки на источник, из которого они заимствованы.

Список литературы включают в содержание документа.

Список литературы составляется в алфавитном порядке (сначала издания на русском языке, затем – на иностранных языках). У каждого источника указываются: ФИО автора (ов), полное наименование издания, название издательства (журнала), год издания, номер издания (для журналов), количество страниц в издании.

Библиографический список состоит из трех условных частей, которые не выделяются: в первой содержатся законы и нормативные правовые акты

по их приоритетности (а в ранге одинаковых - по дате принятия, издания), во второй - литературные источники (книги и периодические издания) в алфавитном порядке (по фамилии автора или названию), в третьей – Интернет-источники. При обращении к электронным версиям работ, помимо перечисленных характеристик, указывается адрес ресурса и дата обращения к электронному ресурсу.

Приложения содержат дополнительную информационную базу, иллюстративные дополнения и т.д. Приложения служат подтверждением или дополнительным аргументом приведенных в тексте данных или материалов.

Количество иллюстраций должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста. Иллюстрации могут быть расположены как по тексту документа (возможно ближе к соответствующим частям текста), так и в конце его.

Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Материал, дополняющий текст отчета, допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания алгоритмов и т.д.

Приложение оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах. В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху страницы слова «Приложение» и его обозначения.

В *приложение к отчету* могут быть включены:

- схема организации данного структурного подразделения;
- перечень нормативных документов;
- фотографии, рисунки и др.

Оформление отчета

Текст печатается с одной стороны листа стандартного формата А4.

Нумерация страниц – сквозная, начинается со страницы «2» (первая страница – это титульный лист), номер страницы проставляется по середине нижнего поля. Плотность машинописного текста – полуторный интервал, шрифт Times New Roman, кегль – 14.

Размеры полей на печатных листах: левое поле – 3,0 см; правое – 2,0 см; сверху и снизу – по 2,0 см.

Текст отчета при необходимости разделяют на разделы и подразделы. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. В конце номера подраздела точка не ставится.

Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов. Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны

четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки следует печатать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Каждый раздел отчета начинается с нового листа (страницы).

В тексте отчета не допускается:

- применять обороты разговорной речи;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии.

Оформление формул, рисунков, иллюстраций, таблиц.

Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название следует помещать над таблицей. При переносе части таблицы на ту же или другие страницы название помещают только над первой частью таблицы.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Отчет готовится в течение всей практики, а для его завершения и оформления студенту могут быть выделены в конце практики 2-3 дня.

Отчет должен быть подписан студентом и руководителем практики.

3.2 Критерии выставления оценки по практике

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
		увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики.. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетвори-тельно»/ «зачтено (удовлетвори-тельно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный»,

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
		закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

3.3 Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике

При прохождении учащимися промежуточной аттестации по практике в качестве оценочных средств могут быть использованы:

Собеседование (Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.);

Эссе (Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме); входит в отчет по практике как составная часть;

Доклад (Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы);

Творческое задание (Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения).

Форма промежуточной аттестации по учебной практике – защита практики (зачет с оценкой). По результатам защиты отчета по практике выставляется дифференцированная оценка. При выставлении оценки учитывается уровень практической подготовленности студента - магистранта (с учетом характеристики руководителя практики от организации - базы практики, качества написания отчета по практике и ответов на вопросы при защите отчета).

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: индивидуальное обучение приемам работы с методическими, инструктивными и нормативными документами в организации, индивидуальное обучение приемам исследования и проведения экспериментальных работ, правилам использования исследовательского инструментария, методами анализа и обработки экспериментальных и эмпирических данных, средствами и способами обработки обобщения информации, обучение методам составления и оформления исследования,

обучение методам составления и оформления отчетности. Предусматривается самостоятельная работа студентов в структурных подразделениях под контролем преподавателя и руководителя от организации. Программа практики позволяет освоить все этапы учебной работы: учебно-ознакомительный этап, научно-исследовательский этап, заключительный этап-подготовка и защита отчета по итогам практики.

СИСТЕМА ТЕКУЩЕГО И ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Текущий контроль достигается в процессе общения руководителя практики со студентом-магистрантом и проверкой выполненной работы согласно Программе практики.

Формы контроля — собеседование, проверка подготовленных материалов, промежуточная аттестация. Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты оформленного отчета и отзыва научного руководителя в комиссии, включающей научного руководителя магистерской программы и научного руководителя магистранта.

Аттестация осуществляется в конце 2 семестра по результатам оценки качества представленных материалов, указанных в Программе практики, доклада и собеседования. Оценки (баллы) выставляются по результатам оценки письменного Отчета о практике (титульный лист отчета см. Приложение 3) и выступления с докладом с представлением наиболее важных результатов работы на мультимедийной презентации. В результате публичной защиты отчета по проведенной практике (короткий на 5-7 минут доклад и ответы на вопросы по существу отчета) магистрант получает оценку.

Для получения положительной оценки магистрант должен выполнить все содержание Программы практики, своевременно оформить текущую и итоговую документации получить не менее 50 баллов. Оценка по практике приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при проведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации студентов. Магистранты, не выполнившие Программу практики по неуважительной причине или не предоставившие Отчет о практике в установленные сроки, а также получившие за проведенную работу отрицательную оценку, считаются не аттестованными и имеющими академическую задолженность.

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

4.1 Список источников и литературы

Источники

Основные:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I, Ч. II, Ч. III, Ч. IV. [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. закона РФ от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/)
4. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (в ред. закона РФ от 30 октября 2018 г. №383-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. закона РФ от 4 июня 2018 г. №133-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

Дополнительные:

6. Федеральный закон от 27 декабря 2002 года N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. закона РФ от 29 июля 2017 г. №216-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/)

Литература

Основная:

1. Виноградов А. П. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 206 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-5420-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/739521>
2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник / А.М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 656 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01319-5, 1500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/334180>
3. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/543676>

4. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяева И.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-02194-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872836>

Дополнительная

5. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 656 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/769974>
6. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие / Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 872 с. ISBN 978-5-394-02686-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/935847>
7. Киреев М. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767187>
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 1071 с.(П): 70х100 1/16. - (Зарубежный учебник) ISBN 978-5-238-01263-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872844>
9. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы: Справочное пособие / Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н., - 3-е изд. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.: 70х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-5582-3 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003065>
- 10.Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования Учебное пособие / Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. - М.:Альп. Бизнес Букс, 2016. - 194 с.: 70х100 1/16 ISBN 978-5-9614-0944-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916214>
- 11.Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910391>
- 12.Резник С.Д. Менеджмент. В 3-х кн. Кн. 2. Управление высшей школой и научной деятельностью: Избранные статьи / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 359 с.: 60х88 1/16. - (Научная мысль; Менеджмент) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368410>
- 13.Резник С.Д. Менеджмент. Книга шестая. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах : избр. статьи / С.Д. Резник. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 357 с. — (Научная мысль). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944194>
- 14.Смирнов К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и

практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с.: 60х88 1/16. - (Научная мысль; Маркетинг). (обложка) ISBN 978-5-16-005497-1. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/306597>

Справочные и информационные издания:

15. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с.: 60х90 1/16 (Обложка. КБС) ISBN 978-5-9776-0384-3
16. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология : энциклопедический словарь-справочник. - Изд. 3-е. - Москва : Дашков, 2013. - 768 с. - ISBN 978-5-394-02169-5. <http://znanium.com/go.php?id=430299>

4.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Кафедра маркетинга и рекламы, факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: http://kafmr.rsuh.ru/](http://kafmr.rsuh.ru/) Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.
2. Interbrand – Best Global Brands. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)
3. Powerbranding [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.powerbranding.ru](http://www.powerbranding.ru)
4. Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: http://adindustry.ru](http://adindustry.ru)
5. Маркетинг в России и за рубежом (издательство Дело и сервис) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.dis.ru](http://www.dis.ru). Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.
6. Официальный сайт Гильдии Маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
7. Портал «Маркетинг журнал 4р» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.4p.ru](http://www.4p.ru)
8. Портал, посвященный наружной рекламе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.outdoor.ru](http://www.outdoor.ru)
9. Сайт агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru)
10. Сайт, посвященный корпоративному менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
11. Сетевое издание AdIndex [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.adindex.ru](http://www.adindex.ru)

5 Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (Учебная практика) проводится в университете, на профильных кафедрах и в подразделениях вуза.

Для выполнения Программы практики необходим компьютер с выходом в Интернет и доступ в базы, предоставляемые библиотекой РГГУ, а также программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов, размещенные на портале РГГУ, сайте кафедры маркетинга и рекламы, доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).

Учебно-лабораторное оборудование:

- Персональный компьютер
- Проектор

Для защиты Отчета по практике необходим класс с интерактивной доской и проектором, поскольку защита отчета должна быть подкреплена визуальной его иллюстрацией с использованием программы PowerPoint.

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/ п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное

13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

6 Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Форма проведения практики для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидностью) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.).

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся и рекомендации медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

Защита отчета по практике для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств общего и специального назначения. Перечень используемого материально-технического обеспечения:

- учебные аудитории, оборудованные компьютерами с выходом в интернет, видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оборудованные доступом к базам данных и интернетом;
- компьютерные классы;
- аудитория Центра сопровождения обучающихся с инвалидностью с компьютером, оснащенная специализированным программным обеспечением для студентов с нарушениями зрения, устройствами для ввода и вывода голосовой информации.

Для лиц с нарушениями зрения материалы предоставляются:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Защита отчета по практике для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме без предоставления обучающимся презентации. На время защиты в аудитории должна быть обеспечена полная тишина, продолжительность защиты увеличивается до 1 часа (при необходимости). Гарантируется допуск в аудиторию, где проходит защита отчета, собаки-проводника при наличии документа, подтверждающего ее специальное обучение, выданного по форме и в порядке, утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 21 июля 2015г., регистрационный номер 38115).

Для лиц с нарушениями слуха защита проводится без предоставления устного доклада. Вопросы комиссии и ответы на них представляются в

письменной форме. В случае необходимости, вуз обеспечивает предоставление услуг сурдопереводчика.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата защита итогов практики проводится в аудитории, оборудованной в соответствии с требованиями доступности. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, должны размещаться на уровне доступного входа или предусматривать пандусы, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями или лифты. В аудитории должно быть предусмотрено место для размещения обучающегося на коляске.

Дополнительные требования к материально-технической базе, необходимой для представления отчета по практике лицом с ограниченными возможностями здоровья, обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее, чем за два месяца до проведения процедуры защиты.

Приложение 1 АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Учебная практика по получению
первичных профессиональных умений и навыков

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (учебная практика) реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ на базе структурных подразделений университета.

Цели и задачи практики

Цель практики:

- ознакомление обучающихся с основными видами, задачами маркетинговой деятельности и углубление полученных теоретических знаний в сфере цифрового маркетинга, его предметных и функциональных областях;
- приобретение первичных практических навыков самостоятельной работы в сфере цифрового маркетинга, включая сбор, анализ и обобщения материалов, разработки предложений для первоначальной подготовки магистерской диссертации;
- приобретение магистрантами знаний и умений, необходимых для выполнения организационно-управленческой работы при решении конкретных задач в организации маркетинговой деятельности.

Задачи практики:

- обеспечение взаимосвязи между теоретическими знаниями, полученными при изучении дисциплин по получаемой направленности и выполнении практических заданий, выполняемых в ходе учебной практики;
- исследование профессиональных функций и обязанностей сотрудников маркетинговых и сбытовых подразделений;
- изучение организационной культуры и деловой этики маркетинговой деятельности;

- овладение современной методологией маркетинговых исследований, а также современными методами и инструментами цифрового маркетинга;
- сбор и обработка информационного и практического материала для подготовки отчета и написания выпускной квалификационной работы магистра.
- сбор и обработка информационного и практического материала для подготовки отчета.

Программа практики по получению профессиональных умений и навыков (учебная практика) направлена на формирование следующих компетенций по направлению подготовки **38.04.02 «Менеджмент»**, направленность «Цифровой маркетинг», соответствующих научно-исследовательскому виду профессиональной деятельности:

- ОК-2 (готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения);
- ОК-3 (готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала);
- ОПК-1 (готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности);
- ПК-7 (способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада).

По практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачёта с оценкой*.

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц.

Приложение 2 ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой _____

« ____ » _____ 20__ г.

Дата (даты)	Раздел практики	Отметка о выполнении

Индивидуальное задание на практику
(составляется руководителем практики от кафедры)

Руководитель практики
от кафедры

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от организации

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

Приложение 3 Образец титульного листа отчета по учебной практике



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Институт экономики, управления и права
Факультет Управления
Кафедра маркетинга и рекламы

Отчёт о прохождении практики
Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность «Цифровой маркетинг»

Уровень квалификации выпускника - магистр

Форма обучения - очная

Студента/ки __ курса

..... формы обучения

_____ (ФИО)

Руководитель практики

_____ (ФИО)

Москва 20 г.

Приложение 4 ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Характеристика¹

на студента/тку __ курса _____ факультета
Российского государственного гуманитарного университета
_____ (ФИО)

_____ (ФИО) проходил/а _____ практику в _____
_____ на должности _____.

За время прохождения практики обучающийся/обучающаяся ознакомился/лась с:
_____, выполнял/а _____, участвовал/а в
_____.

За время прохождения практики _____ (ФИО) зарекомендовал/а себя как
_____.

Оценка за прохождение практики – «_____».

Руководитель практики
от организации

_____ (ФИО)

(дата)

(подпись)

¹ Оформляется либо на бланке организации, либо заверяется печатью.