

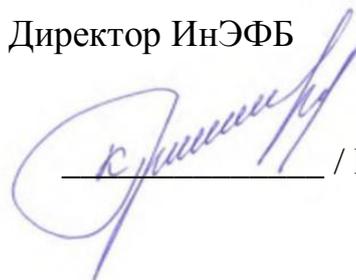
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И МАРКЕТИНГА

СОГЛАСОВАНО

на заседании Учебно-методической
комиссии института
Протокол № 5 от «28» января 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИнЭФБ



_____ / Гришин К.Е.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Направление подготовки:
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:
Диджитал-маркетинг

Форма обучения:
очная

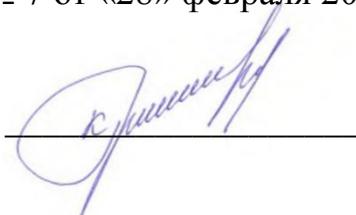
Для приема: 2022 года

Уфа – 2022 г.

Составитель: Барлыбаев У.А., доцент кафедры управления проектами и маркетинга

Программа практики утверждена Ученым советом Института экономики, финансов и бизнеса, протокол № 7 от «28» февраля 2022 г.

Директор

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be 'К.Е. Гришин'.

/ Гришин К.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения	4
2.	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
3.	Место практики в структуре образовательной программы	7
4.	Объем практики	8
5.	Содержание практики	8
6.	Форма отчетности по практике	8
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	9
8.	Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	24
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	24
10.	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	25

1. Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения

1.1. Вид и тип практики:

Производственная

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности студентами, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Диджитал-маркетинг». Проводится в целях получения, закрепления и углубления теоретической подготовки обучающихся, сбора материалов для написания выпускной квалификационной работы, изучения опыта создания и применения информационных технологий для решения научно-исследовательских для различных областей.

Тип практики:

Преддипломная практика.

1.2. Способы проведения практики (при необходимости):

Стационарная

Стационарной является практика, которая проводится в Университете (филиале) либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположен Университет (филиал) или профильная организация.

Выездная

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположен Университет (филиал). Выездная практика может проводиться в полевой и иных формах. Конкретный способ проведения практики, предусмотренной ОПОП ВО, указывается с учетом требований ФГОС ВО.

1.3. Практика проводится в следующих формах.

дискретно по видам практики

по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики

1.4. Место проведения практики.

Организация проведения практики, предусмотренной настоящей программой, осуществляется БашГУ на основе договоров с профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы.

Практика может быть проведена непосредственно в учебных и иных подразделениях БашГУ.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

1.5. Руководство практикой.

Для руководства практикой, проводимой в БашГУ, назначается руководитель (руководители) практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

1.6. Организация проведения практики.

Направление на практику оформляется приказом БашГУ с указанием вида и/или типа, срока, места прохождения практики, а также данных о руководителях практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Основной целью преддипломной практики является:

практическое применение усвоенных теоретических знаний и умений, следовательно, а также приобретении бакалавром-практикантом профессиональных навыков в области диджитал-маркетинга.

2.2. Основными задачами преддипломной практики обучающихся являются:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин;
- практическое развитие профессиональных навыков и компетенций будущих специалистов;
- формирование навыков разработки альтернатив управленческих решений и обоснования их выбора по критериям социально-экономической эффективности;
- приобретение опыта решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- формирование у студентов навыков творческого мышления и самостоятельной деятельности при анализе проблемы;
- сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике и использование результатов при написании выпускной квалификационной работы;
- совершенствование интеллектуальных способностей и коммуникативных умений в процессе подготовки научно-исследовательского задания и публичного выступления с целью его защиты;
- выявление степени профессиональной подготовленности студента и его готовности к самостоятельной профессиональной деятельности в области цифрового маркетинга.

2.3. Перечень индикаторов достижения компетенций с указанием планируемых результатов обучения по практике:

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике
ПК-1 Способен, используя зарубежные источники информации, собрать необходимые данные по вопросам диджитал-маркетинга, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет на иностранном языке и вступать в профессиональное	ИПК 1.5 Применяет результаты аналитической и исследовательской работы для выполнения профессиональных задач на иностранном языке	Знать: как представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи по профилю подготовки на иностранном языке. Уметь: правильно использовать основную терминологию по профилю подготовки; понимать и переводить на русский язык содержание текстов по профилю подготовки на иностранном языке; правильно использовать формулы речевого этикета в зависимости от профессионального контекста общения; учитывать социокультурные реалии и межкультурные различия при осуществлении коммуникации на иностранном языке.

взаимодействие на иностранном языке		Владеть: навыками устного и письменного перевода текстов по профилю подготовки с иностранного языка на русский язык. навыками применения иностранного языка в различных ситуациях профессиональной деятельности с учетом социокультурных реалий и межкультурных различий.
ПК-2 Способен владеть навыками планирования, сбора, обработки первичной и вторичной маркетинговой информации, а также представления результатов маркетингового исследования	ИПК 2.4 Организует маркетинговое исследование, используя методы и инструменты digital-маркетинга.	Знать: основные подходы, методы и инструменты digital-маркетинга. Уметь: применять методы и инструменты digital-маркетинга для создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д. Владеть: навыками разработки и реализации digital-стратегии предприятия, умеет выбирать релевантные каналы маркетинга в зависимости целей организации.
ПК-3 Способен представлять на основе проведенного маркетингового исследования предложения по совершенствованию товарной, ценовой и сбытовой политики организации, а также в сфере продвижения товаров (услуг) организации	ИПК 3.8 Совершенствует товарную, ценовую, сбытовую политику организации используя методы и инструменты проектного управления в рамках маркетингового исследования.	Знать: сущность проекта, виды проектов, результаты проекта, жизненный цикл проекта, выбор темы проекта, применение программных продуктов в управлении проектами; особенности управления проектами (инженерные проекты, исследовательские проекты, социо-гуманитарные проекты, арт-проекты, бизнес-проекты); основные параметры проекта (объем, качество, сроки, стоимость, риски), участники проекта, команда проекта, взаимодействие в рамках реализации проекта; основы документооборота при управлении проектами. Уметь: разрабатывать план проекта, оценивать объем работ и качество в рамках проекта, оценивать сроки проекта, оценивать издержки проекта, оценивать риски проекта, оценивать проект по принципу затраты/результат; проводить исследования на основе проектного подхода и составлять отчеты, применять методы и инструменты проектного подхода, достигать поставленной цели с помощью проектного управления; определять необходимые компетенции в рамках реализации проекта, определять необходимую команду проекта, составлять календарный план проекта; подготавливать организационные и распорядительные документы, необходимых для управления проектами. Владеть: навыками сбора информации для реализации проекта, составления отчетов реализации проекта, отслеживания выполнения реализации проекта, выявления рисков проекта, проверки/тестирования результатов проекта, передачи результатов проекта заказчику, навыками выявления и устранения проблем реализации проекта; навыками разработки проекта, управления и реализации проекта, завершения и оценки реализации проекта; выявления и устранения конфликтных ситуаций в коллективе при реализации проекта, взаимодействия с участниками проекта и заказчиком, освобождения человеческих

			ресурсов после реализации проекта, навыками планирования реализации проекта, контроля сроков исполнения.
ПК-4	Способен владеть навыками работы со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования	ИПК 4.9 Применяет методы и инструменты цифрового маркетинга для выполнения профессиональных задач.	Знать: инструменты маркетинга в интернете; методы цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях. Уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею. Владеть: навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса; работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.
ПК-5	Способен владеть навыками личной эффективности, осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ИПК 5.6 Организует переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации при реализации проектов; осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач.	Знать: требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций, сущность презентаций и переговоров как эффективного инструмента воздействия на поведение клиентов, сотрудников, инвесторов. Уметь: обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; обосновывать и убеждать аудиторию в актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы. Владеть: навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; практикой овладения навыками проведения презентаций, цель которых донести актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
ПК-6	Способен обосновать количественные и качественные требования к производственным ресурсам, необходимым для решения поставленных профессиональных задач, оценивать рациональность их использования	ИПК 6.12 Использует навыки анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, потребительской удовлетворенности, поведения потребителей экономических благ с учетом влияния динамических процессов на их структуру.	Знать: методы оценки внутренней и внешней среды организации. Уметь: проводить анализ конкурентной среды для принятия стратегических решений самостоятельно организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей. Владеть: навыками анализа и может обосновать решения по развитию бизнеса.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей).

4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки (специальности) предусмотрено проведение практики: общая трудоемкость составляет для всех форм обучения 6 зачетные единицы (216 академических часов). В том числе: в форме контактной работы 2 часа, в форме самостоятельной работы 214 часа.

5. Содержание практики

№	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося	Форма текущего контроля и промежуточная аттестация
1.	Подготовительный этап.	Ознакомительная лекция. Инструктаж по технике безопасности. Оформление типового договора. Оформление индивидуального задания. Составление графика (плана) проведения практики. Первичный инструктаж на рабочем месте.	Проверка заполненного индивидуального плана прохождения практики. Запись в дневнике практики. Отчет по практике.
2.	Основной этап.	Выполнение задания по практике, сбор, обработка и систематизация фактического материала. Анализ полученной информации. Подготовка отчета по практике. Ведение дневника практики. Консультации с руководителем практики от предприятия (организации), получение отзыва-характеристики.	Еженедельный контроль за ходом выполнения задания и планом прохождения практики. Запись в дневнике практики. Отчет по практике. Отзыв руководителя практики от предприятия.
3.	Заключительный этап.	Сдача отчета по практике, дневника на кафедру. Устранение замечаний руководителя практики от кафедры. Защита отчета по преддипломной практике, являющейся базой для написания расчетно-аналитической части выпускной квалификационной работы.	Дневник практики. Отчет по практике.
	ИТОГО	Защита отчета по практике	дифференцированный зачет с оценкой

6. Форма отчетности по практике

Указываются требования к содержанию и оформлению отчета, когда и как проводится защита, указываются формы контроля – в соответствии с учебным планом.

В качестве основной формы и вида отчетности для всех форм обучения студентов устанавливается отчет по практике. По окончании практики студент сдает корректно, полно и аккуратно заполненный отчет по практике руководителю практики от соответствующей кафедры.

Промежуточная аттестация по итогам практики может включать защиту отчета в зависимости от требований образовательного стандарта по направлению подготовки (специальности).

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по практике является дифференцированный зачет с оценкой.

Случаи невыполнения программы практики, получения не удовлетворительной оценки при защите отчета, а также не прохождения практики признаются академической задолженностью.

Академическая задолженность подлежит ликвидации в установленный деканатом (дирекцией) срок.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

7.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по практике. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по практике.

ПК-1 Способен, используя зарубежные источники информации, собрать необходимые данные по вопросам диджитал-маркетинга, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет на иностранном языке и вступать в профессиональное взаимодействие на иностранном языке;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 1.5 Применяет результаты аналитической и исследовательской работы для выполнения профессиональных задач на иностранном языке.	Знать: как представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи по профилю подготовки на иностранном языке.	Уверенно применяет формы и методы представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи по профилю подготовки на иностранном языке. Умение верно использовать основную терминологию по профилю подготовки. Уверенное владение навыками применения иностранного языка в различных ситуациях профессиональной деятельности с учетом социокультурных реалий и межкультурных различий.	отлично
	Уметь: правильно использовать основную терминологию по профилю подготовки; понимать и переводить на русский язык содержание текстов по профилю подготовки на иностранном языке; правильно использовать формулы речевого этикета в зависимости от профессионального контекста общения; учитывать социокультурные реалии и межкультурные различия при осуществлении коммуникации на иностранном языке. Владеть: навыками устного и письменного	В целом успешно применяет формы и методы представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи по профилю подготовки на иностранном языке. В целом успешное умение верно использования основной терминологию по профилю подготовки. В целом уверенное владение навыками применения иностранного языка в различных ситуациях профессиональной деятельности с учетом	хорошо

	<p>перевода текстов по профилю подготовки с иностранного языка на русский язык. навыками применения иностранного языка в различных ситуациях профессиональной деятельности с учетом социокультурных реалий и межкультурных различий.</p>	<p>социокультурных реалий и межкультурных различий.</p> <p>Отсутствие системных знаний о форме и методах представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи по профилю подготовки на иностранном языке.</p> <p>Отсутствие системных умений верного использования основной терминологию по профилю подготовки.</p> <p>Отсутствие уверенного владение навыками применения иностранного языка в различных ситуациях профессиональной деятельности с учетом социокультурных реалий и межкультурных различий.</p>	удовлетворительно
		<p>Фрагментарно применяет формы и методы представления результатов аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи по профилю подготовки на иностранном языке.</p> <p>Фрагментарные умения верного использования основной терминологию по профилю подготовки.</p> <p>Фрагментарные владения владение навыками применения иностранного языка в различных ситуациях профессиональной деятельности с учетом социокультурных реалий и межкультурных различий.</p>	неудовлетворительно

ПК-2 Способен владеть навыками планирования, сбора, обработки первичной и вторичной маркетинговой информации, а также представления результатов маркетингового исследования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 2.4 Организовывает маркетинговое исследование, используя методы и	Знать: основные подходы, методы и инструменты digital-маркетинга.	Уверенное использование методов и инструментов digital-маркетинга. Умение для создания и отслеживания эффективности	отлично

инструменты digital-маркетинга.	<p>Уметь: применять методы и инструменты digital-маркетинга для создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д.</p>	<p>тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях применять методы и инструменты digital-маркетинга</p> <p>Уверенное владение навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа при разработки и реализации digital-стратегии предприятия, выбора релевантных каналов маркетинга в зависимости целей организации.</p>	
	<p>Владеть: навыками разработки и реализации digital-стратегии предприятия, умеет выбирать релевантные каналы маркетинга в зависимости целей организации.</p>	<p>В целом успешное использование методов и инструментов digital-маркетинга.</p> <p>В целом успешное умение для создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях применять методы и инструменты digital-маркетинга.</p> <p>В целом уверенное владение навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа при разработки и реализации digital-стратегии предприятия, выбора релевантных каналов маркетинга в зависимости целей организации.</p>	хорошо
		<p>Отсутствие системных знаний о методах и инструментах digital-маркетинга.</p> <p>Отсутствие системных умений для создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях применять методы и инструменты digital-маркетинга.</p> <p>Отсутствие уверенного владения навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа при разработки и реализации digital-стратегии предприятия, выбора релевантных каналов маркетинга в зависимости целей организации.</p>	удовлетворительно

		<p>Фрагментарное использование методов и инструментов digital-маркетинга.</p> <p>Фрагментарные умения для создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях применять методы и инструменты digital-маркетинга.</p> <p>Фрагментарные владения навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа при разработке и реализации digital-стратегии предприятия, выбора релевантных каналов маркетинга в зависимости целей организации.</p>	неудовлетворительно
--	--	--	---------------------

ПК-3 Способен представлять на основе проведенного маркетингового исследования предложения по совершенствованию товарной, ценовой и сбытовой политики организации, а также в сфере продвижения товаров (услуг) организации

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 3.8 Совершенствует товарную, ценовую, сбытовую политику организации используя методы и инструменты проектного управления в рамках маркетингового исследования.	Знать: сущность проекта, виды проектов, результаты проекта, жизненный цикл проекта, выбор темы проекта, применение программных продуктов в управлении проектами; особенности управления проектами (инженерные проекты, исследовательские проекты, социогуманитарные проекты, арт-проекты, бизнес-проекты); основные параметры проекта (объем, качество, сроки, стоимость, риски), участники проекта, команда проекта, взаимодействие в рамках реализации проекта; основы документооборота при управлении проектами.	Уверенные знания понятийно - категориального аппарата проектного менеджмента, его отличительные признаки, виды проектов, результаты проекта, жизненный цикл проекта, выбор темы проекта, особенности и применение программных продуктов в управлении проектами. Умение формировать план проекта, оценивать объем работ, сроки, издержки, риски проекта, составлять календарный план проекта, применять методы и инструменты проектного подхода, определять необходимую команду проекта, подготавливать организационные и распорядительные документы, необходимых для управления проектами. Уверенное владение навыками и инструментами разработки проекта, управления его	отлично

	<p>Уметь: разрабатывать план проекта, оценивать объем работ и качество в рамках проекта, оценивать сроки проекта, оценивать затраты проекта, оценивать риски проекта, оценивать проект по принципу затраты/результат; проводить исследования на основе проектного подхода и составлять отчеты, применять методы и инструменты проектного подхода, достигать поставленной цели с помощью проектного управления; определять необходимые компетенции в рамках реализации проекта, определять необходимую команду проекта, составлять календарный план проекта; подготавливать организационные и распорядительные документы, необходимых для управления проектами.</p> <p>Владеть: навыками сбора информации для реализации проекта, составления отчетов реализации проекта, отслеживания выполнения реализации проекта, выявления рисков проекта, проверки/тестирования результатов проекта, передачи результатов проекта заказчику, навыками выявления и устранения проблем реализации проекта; навыками разработки проекта, управления и реализации проекта, завершения и оценки реализации проекта; выявления и устранения</p>	<p>стоимости, качества и реализации проекта</p> <p>В целом успешное освоение знаний понятийно - категориального аппарата проектного менеджмента, его отличительные признаки, виды проектов, результаты проекта, жизненный цикл проекта, выбор темы проекта, особенности и применение программных продуктов в управлении проектами.</p> <p>В целом успешное умение формировать план проекта, оценивать объем работ, сроки, затраты, риски проекта, составлять календарный план проекта, применять методы и инструменты проектного подхода, определять необходимую команду проекта, подготавливать организационные и распорядительные документы, необходимых для управления проектами.</p> <p>В целом уверенное владение навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, качества и реализации проекта.</p> <p>Отсутствие системных знаний о понятийно - категориальном аппарате проектного менеджмента, его отличительные признаки, виды проектов, результаты проекта, жизненный цикл проекта, выбор темы проекта, особенности и применение программных продуктов в управлении проектами.</p> <p>Отсутствие системных умений формировать план проекта, оценивать объем работ, сроки, затраты, риски проекта, составлять календарный план проекта, применять методы и инструменты проектного подхода, определять необходимую команду проекта, подготавливать организационные и распорядительные документы, необходимых для управления проектами.</p>	<p>хорошо</p> <p>удовлетворительно</p>
--	--	--	--

	конфликтных ситуаций в коллективе при реализации проекта, взаимодействия с участниками проекта и заказчиком, освобождения человеческих ресурсов после реализации проекта, навыками планирования реализации проекта, контроля сроков исполнения.	Отсутствие уверенного владения навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимости, качества и реализации проекта	неудовлетворительно
		Фрагментарные знания о понятийно -категориальном аппарате проектного менеджмента, его отличительные признаки, виды проектов, результаты проекта, жизненный цикл проекта, выбор темы проекта, особенности и применение программных продуктов в управлении проектами. Фрагментарные умения формировать план проекта, оценивать объем работ, сроки, издержки, риски проекта, составлять календарный план проекта, применять методы и инструменты проектного подхода, определять необходимую команду проекта, подготавливать организационные и распорядительные документы, необходимых для управления проектами. Фрагментарные владения навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимости, качества и реализации проекта	

ПК-4 Способен владеть навыками работы со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 4.9 Применяет методы и инструменты цифрового маркетинга для выполнения профессиональных задач.	Знать: инструменты маркетинга в интернете; методы цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях. Уметь: находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.	Уверенно пользование ключевыми инструментами маркетинга в интернете; методами цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях. Сформированное умение поиска и оценивания новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идей. Уверенное владение навыками моделирования и оптимизации	отлично

	<p>Владеть: навыками анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса; работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p>	<p>бизнес-процессов, анализа поведенческих аспектов деятельности потребителей экономических благ и формирования спроса; работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p>	
		<p>В целом успешное пользование ключевыми инструментами маркетинга в интернете; методами цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях.</p> <p>В целом успешное умение поиска и оценивания новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идей.</p> <p>В целом уверенное владение навыками моделирования и оптимизации бизнес-процессов, анализа поведенческих аспектов деятельности потребителей экономических благ и формирования спроса; работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p>	хорошо
		<p>Отсутствие системных знаний пользования ключевыми инструментами маркетинга в интернете; методами цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях.</p> <p>Отсутствие системных умений умение поиска и оценивания новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идей.</p> <p>Отсутствие уверенного владения навыками моделирования и оптимизации бизнес-процессов, анализа поведенческих аспектов деятельности потребителей экономических благ и формирования спроса; работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p>	удовлетворительно
		<p>Фрагментарные знания о пользовании ключевыми инструментами маркетинга в интернете; методами цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях.</p> <p>Фрагментарные умения умение поиска и оценивания новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идей.</p>	неудовлетворительно

		Фрагментарные владения навыками моделирования и оптимизации бизнес-процессов, анализа поведенческих аспектов деятельности потребителей экономических благ и формирования спроса; работы с информацией в глобальных компьютерных сетях.	
--	--	--	--

ПК-5 Способен владеть навыками личной эффективности, осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 5.6 Организовывает переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации при реализации проектов; осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач.	Знать: требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций, сущность презентаций и переговоров как эффективного инструмента воздействия на поведение клиентов, сотрудников, инвесторов.	Уверенно знает состав, содержание, требования к подготовке научных докладов и оформлению публикаций, сущность презентаций и переговоров. Умение проводить анализ и систематизировать результаты проведенного научного исследования; обосновывать. Уверенное владение навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; навыками проведения презентаций.	отлично
	Уметь: обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; обосновывать и убеждать аудиторию в актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы. Владеть: навыками представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; практикой овладения навыками проведения презентаций, цель которых донести	В целом успешное освоение знаний о составе, содержание, требованиях к подготовке научных докладов и оформлению публикаций, сущности презентаций и переговоров. В целом успешное умение проводить анализ и систематизировать результаты проведенного научного исследования; обосновывать. В целом уверенное владение методами и инструментами представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; практикой овладения навыками проведения презентаций, цель которых донести актуальность, теоретическую и практическую	хорошо

	актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	значимость избранной темы научного исследования.	удовлетворительно
		Отсутствие системных знаний о составе, содержание, требованиях к подготовке научных докладов и оформлению публикаций, сущности презентаций и переговоров. Отсутствие системных умений проводить анализ и систематизировать результаты проведенного научного исследования; обосновывать. Отсутствие уверенного владения методами и инструментами представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; практикой овладения навыками проведения презентаций, цель которых донести актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	
		Фрагментарные знания о составе, содержание, требованиях к подготовке научных докладов и оформлению публикаций, сущности презентаций и переговоров. Фрагментарные умения проводить анализ и систематизировать результаты проведенного научного исследования; обосновывать. Фрагментарные владения методами и инструментами представления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; практикой овладения навыками проведения презентаций, цель которых донести актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	неудовлетворительно

ПК-6 Способен обосновать количественные и качественные требования к производственным ресурсам, необходимым для решения поставленных профессиональных задач, оценивать рациональность их использования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИПК 6.12 Использует навыки анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, потребительской удовлетворенности, поведения потребителей экономических благ с учетом влияния динамических процессов на их структуру.	Знать: методы оценки внутренней и внешней среды организации. Уметь: проводить анализ конкурентной среды для принятия стратегических решений самостоятельно организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей. Владеть: навыками анализа и может обосновать решения по развитию бизнеса.	<p>Полное знание экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, методы их оценки и прогнозирования, методов оценки внутренней и внешней среды организации.</p> <p>Умение оценивать влияние факторов внешней и внутренней среды на организацию для принятия стратегических решений, организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей.</p> <p>Уверенное владение навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа и обоснования решений по развитию бизнеса.</p>	отлично
		<p>В целом успешное освоение знаний о методах оценки внутренней и внешней среды организации.</p> <p>В целом успешное умение оценивать влияние факторов внешней и внутренней среды на организацию для принятия стратегических решений, организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей.</p> <p>В целом уверенное владение навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа и обоснования решений по развитию бизнеса.</p>	хорошо
		<p>Отсутствие системных знаний об экономических основах поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, методы их оценки и прогнозирования, методов оценки внутренней и внешней среды организации.</p>	удовлетворительно

		Отсутствие системных умений оценивать влияние факторов внешней и внутренней среды на организацию для принятия стратегических решений, организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей. Отсутствие уверенного владение навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа и обоснования решений по развитию бизнеса.	
		Фрагментарные знания о экономических основах поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, методы их оценки и прогнозирования, методов оценки внутренней и внешней среды организации. Фрагментарные умения оценивать влияние факторов внешней и внутренней среды на организацию для принятия стратегических решений, организовывать структуру подразделений, организаций, проектов и сетей. Фрагментарные владение навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа и обоснования решений по развитию бизнеса.	неудовлетворительно

7.2. Типовые контрольные вопросы (задания) или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по практике. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по практике.

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

Формы текущего контроля*	Типовые контрольные задания
Подготовительный этап	
В	1.Получение и согласование индивидуального задания по прохождению преддипломной практики. Оформление документов для прохождения практики.

	2. Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение вводного инструктажа, инструктажа по технике безопасности.
	3. Описание внутреннего распорядка работы базы практики.
	4. Информация о виде деятельности, порученной практиканту.
ЗД	Составление индивидуального плана выполнения работ
Основной этап	
	<i>Материал для отчета:</i> основные учредительные документы, перечень нормативно-правовых документов, регламентирующих работу базы практики, финансово - экономическая документация.
	1. Общая характеристика предприятия: - полное и сокращенное наименование предприятия (организации); - дата регистрации и наименование органа, зарегистрировавшего предприятие; - вышестоящий орган управления; - организационно-правовая форма; - размер уставного капитала; - история создания (предпосылки и условия, способствовавшие созданию предприятия, факторы, оказавшие влияние на географическое и территориальное расположение предприятия) и развития (факторы, способствовавшие развитию предприятия на этапе ее становления и в настоящее время) предприятия; - специфика предприятия, сфера, виды и масштабы деятельности; - миссия и основные цели предприятия; - сильные и слабые стороны предприятия; - система и характер взаимодействия с внешней средой (поставщики, потребители, партнеры, основные конкуренты); - возможности и угрозы предприятия со стороны внешней среды.
ЗД	2. Организационная структура управления: изучить: - отраслевую принадлежность предприятия, формы отраслевой организации производства; - организационную структуру управления, ее тип и особенности проектирования с учетом сферы, направлений деятельности предприятия, его размеров и организационно-правовой формы (приложить и проанализировать схему); - элементы организационной структуры, структуру и функции аппарата управления предприятием; - основные структурные подразделения, их функции, внутреннюю структуру, взаимодействие структурных подразделений; - порядок делегирования полномочий и ответственности на предприятии; - оценить эффективность существующей структуры и возможные направления ее совершенствования.
	3. Характеристика состояния и перспектив развития отрасли бизнеса и рыночной среды: - характеристика рынков сбыта продукции; - основные клиенты, динамика спроса на выпускаемую продукцию; - основные изменения на рынке; - основные конкуренты, движущие силы отрасли; - диагностика факторов конкурентной среды; - анализ рыночной доли конкурентов; - построение конкурентной карты рынка; - определение конкурентоспособности продуктов, услуг; - ключевые факторы успеха (КФУ) и неуспеха (КФН) организации.

	<p>4. Система планирования на предприятии. По данному разделу практики необходимо исследовать: организацию стратегического, тактического и оперативного планирования на предприятии, их особенности, состав и разделы планов, порядок расчета их важнейших показателей, взаимосвязь перспективных, среднесрочных и текущих планов предприятия; содержание бизнес-плана, оценку его роли и значения при управлении инновационными и инвестиционными проектами.</p>
	<p>5. Финансово-экономическое состояние предприятия: - провести анализ основных показателей, характеризующих результаты деятельности предприятия; - произвести расчет показателей эффективности использования основных фондов и оборотных средств; - провести анализ объема продаж и выручки от реализации продукции; - исследовать себестоимость реализованной продукции и факторы, влияющие на ее снижение; - определить показатели прибыли и рентабельности; - провести анализ показателей производительности труда и трудоемкости выпускаемой продукции; - исследовать систему показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия; - сформулировать проблемы предприятия, выявленные в ходе экономического анализа и профессионального общения; - обобщить предложения по их решению и наметить пути корректировки рыночного поведения предприятия; - провести экономический расчет по предложенным корректировкам рыночного поведения предприятия.</p>
	<p>6. Управление информацией: определение эффективности организации системы внутренних и внешних информационных потоков: - наличие сайта предприятия, его тип (бизнес-сайт, сайт- визитка, интернет-магазин, интернет-витрина и др.) и структуру; - использование информационных систем управления производством, персоналом, складским хозяйством, ведения бухгалтерского и управленческого учета и др.; - организацию делопроизводства, использование систем электронного документооборота (СЭД).</p>
	<p>7. Стратегический маркетинговый анализ деятельности предприятия: - провести PEST-анализ организации; - провести SWOT-анализ предприятия; - провести ПРиМ-анализ фирмы; - исследовать содержание корпоративной стратегии развития предприятия; - рассмотреть функциональные стратегии организации; - описать процесс разработки стратегий и пути их реализации; - проанализировать конкурентную стратегию организации.</p>
	<p>8. Организация цифрового маркетинга на предприятии: - рассмотреть содержание деятельности службы маркетинга организации; - изучить процесс маркетингового планирования на предприятии; - изучить используемые инструменты цифрового маркетинга в организации; - изучить стратегии сегментирования рынка и позиционирования компании (ее продукции); - проанализировать маркетинговые стратегии организации в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики; - изучить процесс разработки и согласования бюджета маркетинга.</p>
<p>Заключительный этап</p>	

* - В – ответы на вопросы; К – конспект; ЗД – задание; О – отчет.

Задания для оценки знаний после прохождения практики зависят от содержания практики студентом, и формы проведения аттестации (индивидуальная защита, публичная защита, «круглый стол» и др.). Ниже приведены типовые задания (вопросы):

1. Ознакомление с деятельностью и изучение характеристики предприятия (цели, задачи, виды деятельности, история развития).
2. Ознакомление с учредительными и внутренними нормативными документами, регламентирующими деятельность организации (наименование, местоположение, правовой статус)
3. Ознакомление с организационной структурой предприятия.
4. Анализ информационных технологий (программных продуктов), применяемых в организации. Анализ основных методов, способов и средств получения, хранения и переработки информации на предприятии.
5. Ознакомление с показателями работы организации через полученную информацию от руководителя базы практики.
6. Подготовка и согласование отчета по практике с руководителем от базы практики. Завершение и оформление документов практики.

Типовые контрольные задания (вопросы), необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций при проведении зачета.

1. Какие цели и задачи Вы ставили при прохождении практики? На каких основных источниках основывали написание своего отчета?
2. Какова форма собственности организации, состав собственников, учредителей?
3. Какова организационная структура управления, миссия организации; формы отраслевой организации производства; история создания и развития?
4. Какова специфика организации, виды и масштабы деятельности?
5. Каков характер взаимодействия предприятия с внешней средой?
6. Соответствует ли сложившаяся структура управления организацией корпоративной стратегии?
7. Дайте оценку направлений деятельности менеджеров организации. Каковы приоритеты в деятельности организации?
8. Каковы результаты анализа основных показателей деятельности организации? Каков конечный финансовый результат деятельности организации?
9. Какие основные направления и стратегические приоритеты развития организации?
10. Назовите ключевой фактор успеха для организации.
11. Что выявлено при проведении SWOT, PEST и ПРиМ-анализа?
12. Охарактеризуйте результаты конкурентного анализа на предприятии. Какие конкурентные стратегии применяет организация?
13. Кем и как производится разработка корпоративной стратегии развития? Опишите процесс разработки стратегии. Как часто вносятся изменения в корпоративную стратегию предприятия?
14. По какому принципу организована служба маркетинга предприятия?
15. Какие инструменты цифрового маркетинга используются в организации?
16. Как осуществляется интернет продвижение организации?
17. Охарактеризуйте функциональные обязанности службы маркетинга.
18. Как осуществляется процесс разработки маркетинговых планов?

19. Как осуществляется разработка и согласование бюджета маркетинга на предприятии?
20. Как осуществляется управление продуктовым портфелем предприятия?
21. Какие маркетинговые стратегии организации в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики используются на предприятии?
22. На какой целевой сегмент ориентирована деятельность предприятия?
23. Какой стратегии позиционирования придерживается предприятие?
24. Опишите организационные уровни разработки стратегии.
25. Какие цифровые маркетинговые инструменты повышения эффективности управления организацией применяются на предприятии?
26. Соответствует ли маркетинговая стратегия основной цели развития предприятия?
27. Как Вы можете оценить эффективность управления организацией с позиций маркетингоориентированного подхода?
28. Какие выводы и предложения по практике Вы сделали? Каков основной итог Вашей работы?

Шкала оценивания для промежуточной аттестации обучающихся по практике

Зачет с оценкой «отлично» выставляется, если компетенции освоены в полной мере и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и четко структурированную, качественно оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны ясные выводы, подкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил четкие и полные ответы;

Зачет с оценкой «хорошо» выставляется, если компетенции вполне освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны четкие выводы, подкрепленные теорией, однако отмечены погрешности в отчете, скорректированные при защите, индивидуальное задание выполнено верно, даны выводы, неподкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил полные ответы, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании;

Зачет с оценкой «удовлетворительно» выставляется, если компетенции освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, качественно оформленную без информационного материала, но индивидуальное задание выполнено не до конца, выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета проведена без использования мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил не полные ответы;

Зачет с оценкой «неудовлетворительно» выставляется, если компетенции не освоены и обучающийся не представил отчетную документацию, индивидуальное задание не выполнено, аналитические выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета не проведена, на заданные вопросы обучающихся не представил ответы.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Основная литература

1. Годин А.М. Маркетинг: учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>
2. Литвин, Ю. И. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : [16+] / Ю. И. Литвин, И. Ю. Литвин, Р. Р. Харисова. – Москва : Прометей, 2020. – 241 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576053>
3. Михненко, П.А. Теория менеджмента: учебник / П.А. Михненко. - 4-е изд., стер. - Москва: Университет «Синергия», 2018. - 520 с.: ил. - (Серия «Легкий учебник»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0342-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=490881>

Дополнительная литература

4. Маслова, Е.Л. Менеджмент: учебник / Е.Л. Маслова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с.: табл., схем. ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02414-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863>
5. Менеджмент: учебник / ред. М.М. Максимцов, М.А. Комаров. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 343 с.: табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02247-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008>
6. Юкаева, В.С. Менеджмент: краткий курс: учебное пособие / В.С. Юкаева. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 104 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00632-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453524>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для прохождения практики, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации	www.gks.ru
2.	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	www.consultant.ru
3.	Управление проектами	www.projectmanagement.ru
4.	Официальный сайт Правительства Российской Федерации	www.government.ru
5.	Официальный сайт Федеральной налоговой службы	www.nalog.ru
6.	Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации	www.minfin.ru
7.	Административно-управленческий портал (для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий)	www.aup.ru
8.	Официальный сайт информационного агентства Сbonds	www.cbonds.ru
9.	Интернет-сервер «АКДИ Экономика и жизнь»	www.akdi.ru
10.	Сайт организации, где проходит практика	

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Место прохождения практики должно соответствовать действующим санитарно-эпидемиологическим требованиям, противопожарным правилам и нормам охраны здоровья обучающихся.

Место практики должно быть оснащено техническими и программными средствами, необходимыми для выполнения целей и задач практики: портативными и/или стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в сеть «Интернет», в том числе предоставляется возможность доступа к информации, размещенной в открытых и закрытых специализированных базах данных.

Конкретное материально-техническое обеспечение практики и права доступа студента к информационным ресурсам определяются руководителем конкретного студента, исходя из задания на практику.

<p>1. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса,</p>	<p>лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт. лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт. аудиторгия №118:</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г.</p>
---	--	--

<p>д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>2. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>3. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>4. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p>аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 210: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 212: учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 213: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.</p> <p>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 iru corp 510 – 14 шт.</p>	<p>Лицензии – бессрочные.</p>
--	--	-----------------------------------