

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о заявителе:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 04.07.2023 16:04:11

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8e6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт менеджмента**

Кафедра маркетинга, логистики и рекламы

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

## **АННОТАЦИЯ**

### **ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

вид практики: производственная практика

тип практики: производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности

способ проведения: стационарная/выездная

форма проведения: дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики.

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

## 1. Вид практики, способ и формы ее проведения.

**Вид практики:** производственная практика

Способ проведения практики – стационарная; выездная

Форма проведения практики: дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики.

**Тип практики:** производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности.

Практика является формой практической подготовки и организуется путем непосредственного выполнения обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и определенных индивидуальным заданием в соответствии с настоящей программой.

## 2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		
	Знать	Уметь	Владеть
<b>Универсальные компетенции</b>			
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>Этап формирования компетенции – 2 семестр промежуточный, 3 семестр завершающий</p>	<p>УК-2.1 методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта</p>	<p>УК-2.2 разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ</p>	<p>УК-2.2 навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах</p>
<b>Профессиональные компетенции</b>			
<p>ПК – 2 Владением методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)</p> <p>Этап формирования компетенции – 2,3 семестры промежуточный</p>	<p>ПК – 2.1 методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов</p>	<p>ПК – 2.2 организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов</p>	<p>ПК – 2.3 методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов</p>

<p>ПК – 3</p> <p>. Владением методами и инструментами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>Этап формирования компетенции – 2,3 семестры промежуточный</p>	<p>ПК – 3.1 методы и инструменты формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ПК – 3.2 использовать методы и инструменты формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ПК – 3.3 методами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>
<p>ПК – 4</p> <p>Владением методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Этап формирования компетенции – 2,3 семестры промежуточный</p>	<p>ПК – 4.1 инструменты и сервисы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК – 4.2 проводить анализ эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК – 4.3 методами и инструментами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>

### 3. Указание места практики в структуре образовательной программы.

Раздел основной образовательной программы магистратуры Б.2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» является обязательным и представляет собой форму практической подготовки, непосредственно ориентированную на будущую деятельность обучающихся.

### 4. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах.

Семестр	Продолжительность (нед.)	ЗЕТ	Часов, в том числе часов контактной работы	Формы контроля
3	4	6	216/4,0	Зачет с оценкой