

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»**

(ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»)

Экономический факультет

Кафедра менеджмента и маркетинга

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

И.Е. Поверинов

«30» 08 2019 г.



**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

**(практика по получению профессиональных умений  
и опыта профессиональной деятельности)**

Направление подготовки (специальность)	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр
Прикладной бакалавриат	
Вид практики	производственная
Тип практики	практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Чебоксары 2019

Программа практики основана на требованиях Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ № 7 от 12.01.2016 г. (в ред. Приказов Минобрнауки России от 20.04.2016 № 444, от 13.07.2017 № 653), Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ № 1383 от 27.11.2015, Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова».

*СОСТАВИТЕЛЬ (СОСТАВИТЕЛИ):*

кандидат экономических наук, доцент

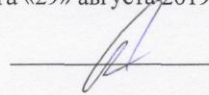


Т.В. Иванова

*ОБСУЖДЕНО:*

на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «29» августа 2019 г., протокол №15

Заведующий кафедрой

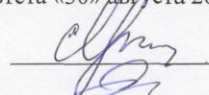


И.А. Леонтьева

*СОГЛАСОВАНО:*

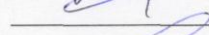
Методическая комиссия экономического факультета «30» августа 2019 г., протокол №1

Декан факультета



Н.В. Морозова

Директор научной библиотеки



Н.Д. Никитина

Начальник управления информатизации



И.П. Пивоваров

Начальник учебно-методического управления



В.И. Маколов

## Цели и задачи обучения при прохождении практики

Целью производственной практики является:

- обеспечение становления профессионального мышления студентов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении таких дисциплин, как «Статистика», «Макроэкономика», «Экономика организаций», «Финансы», «Менеджмент», «Комплексный экономический анализ», «Документационное обеспечение управления», «Маркетинг», «Эконометрика», «Организационное поведение», «Управление персоналом», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Мерчандайзинг», «Управление бизнесом», «Многомерные статистические методы», «Социальный маркетинг», «Международный маркетинг», «Аудит маркетинга», «Маркетинговые коммуникации» и др.

- сбор материалов, необходимых для выполнения курсового проекта по дисциплине «Стратегический менеджмент».

Для достижения данной цели необходимо решение следующих задач:

- формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;

- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;

- самостоятельное формулирование и решение задач, требующих углубленных профессиональных знаний.

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

Вид практики – производственная.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Способ проведения практики – стационарная; выездная.

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

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

Компетенция по ФГОС	Ожидаемые результаты
ОК-8 - способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	<p><b>Знать</b> формы взаимодействия человека со средой обитания, приемы оказания первой помощи на рабочих местах, участках и в цехах предприятий, АО и фирм при нормальном и аварийном их функционировании.</p> <p><b>Уметь</b> идентифицировать и оценивать опасные и вредные факторы среды обитания; оценивать степень опасности (пожаровзрывной, электрической, экологической и др.).</p> <p><b>Владеть</b> основами анализа и оценки безопасности (пожаровзрывной, электрической, радиационной, экологической и др.) в условиях производственной деятельности и ЧС на ОНХ избранного направления; основами принятия основных мер и использования приемов оказания первой помощи.</p>
ПК-8 - владение навыками документального оформления решений в управлении	<p><b>Знать</b> особенности документального оформления решений в управлении инновационной деятельностью предприятия.</p> <p><b>Уметь</b> документально оформлять решения, принятые при внедрении</p>

<p>операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p>	<p>технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.  <b>Владеть</b> маркетинговыми методами управления при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p>
<p>ПК-11 - владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирование информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p><b>Знать</b> основы информационных методов, понятия и современные принципы работы с деловой информацией.  <b>Уметь</b> вести базы данных по различным показателям и обеспечивать участников организационных проектов информацией.  <b>Владеть</b> навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота и методами решения типовых информационных задач.</p>
<p>ПК-12 - умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	<p><b>Знать</b> характер договорных отношений между участниками внешнеэкономической деятельности, применяемые виды договоров, содержание контрактов, их постатейные условия, обеспечивающие интересы отечественных участников внешнеэкономической деятельности; организацию и технику документального обеспечения внешнеторговых операций.  <b>Уметь</b> анализировать и использовать законодательные документы о регулировании внешнеэкономической деятельности; осуществлять выбор маркетинговой стратегии и разработку сбытовой политики; определять состав документов, необходимых для установления внешнеэкономических связей с зарубежными контрагентами.  <b>Владеть</b> навыками решения ряда конкретных задач, относящихся к внешнеэкономической деятельности; способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.</p>
<p>ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p>	<p><b>Знать</b> методы оценки маркетинговой среды предприятия и принятия маркетинговых решений, базовые концепции и принципы, методы и механизмы управления консультационным проектом; основной круг вопросов, возникающих при подготовке и проведении проектов управленческого консультирования; основные подходы к маркетинговому консультированию.  <b>Уметь</b> оценивать маркетинговую среду деятельности предприятия и разрабатывать маркетинговую политику предприятия, проводить экспертизу бизнес-проекта и бизнес-плана; организовать проведение маркетингового консультирования на предприятии.  <b>Владеть</b> методами оценки внешних условий и рыночных возможностей предприятия для принятия маркетинговых решений, методами определения типа необходимого консультирования; проведением ревизии маркетинга.</p>
<p>ПК-18 - владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)</p>	<p><b>Знать</b> принципы организации бизнес-планирования; основные методы и направления экономического анализа маркетинговой деятельности организации, методы управления целевой аудиторией, планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности предприятия, элементы и основы разработки комплекса маркетинга;  <b>Уметь</b> планировать и прогнозировать основные показатели маркетинговой деятельности организации в разрезе важнейших направлений деятельности; разрабатывать маркетинговые планы, организовывать и контролировать их реализацию; представлять</p>



	<p>руководству предложения по разработке товарного ассортимента, организации каналов распределения, разработке ценовой политики, маркетинговых коммуникаций; проводить ценовые исследования в маркетинге и формировать информационную базу, анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.</p> <p><b>Владеть</b> методиками планирования, организации и контроля маркетинговых решений; технологией формирования комплекса маркетинга; технологией формирования структуры маркетинговых подразделений предприятия; технологиями бизнес-планирования, навыками принятия управленческих решений по результатам анализа и прогнозирования.</p>
<p>ПК-20 - владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур</p>	<p><b>Знать</b> нормативно-правовые акты, регламентирующие подготовку организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур; требования к оформлению организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур;</p> <p><b>Уметь</b> осуществлять подготовку организационных и распорядительных документов, соблюдая требования к их оформлению, содержанию, к утверждению;</p> <p><b>Владеть</b> навыками применения правил, требований нормативно-правовых актов для подготовки организационных и распорядительных документов, навыками оформления реквизитов в соответствие с требованиями нормативно-правовых актов.</p>

#### 4. Место практики в структуре образовательной программы

Вид/тип практики предусмотренной образовательной программой и учебным планом - производственная практика по профилю «Маркетинг». Практика проводится на базе предприятий/организаций, а также ЧГУ в 6 семестре.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При прохождении практики используются знания, умения и навыки, сформированные в ходе освоения учебных дисциплин ОП ВО: «Статистика», «Макроэкономика», «Экономика организаций», «Финансы», «Менеджмент», «Комплексный экономический анализ», «Документационное обеспечение управления», «Маркетинг», «Эконометрика», «Организационное поведение», «Управление персоналом», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Мерчандайзинг», «Управление бизнесом», «Многомерные статистические методы», «Социальный маркетинг», «Международный маркетинг», «Аудит маркетинга», «Маркетинговые коммуникации» и др.

Знания и умения, приобретенные обучающимися в результате изучения дисциплины, необходимы при изучении таких дисциплин, как «Логистика», «Финансовый менеджмент», «Управление маркетингом», «Управление продажами», «Промышленный маркетинг», «Ценообразование в маркетинге», «Маркетинг проекта», «Управление затратами», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг инноваций», «Стратегический маркетинг», «Управление качеством» и др.

#### 5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и в академических часах

Для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 6з.е./ 21бак.ч., в т.ч. объем контактной работы составляет 4 ч. Продолжительность практики - 4 недели.

#### 6. Структура и содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	Формируемые компетенции
1.	Организация практики, подготовительный этап	Оформление на практику, инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации, предоставляющей место для прохождения практики. Получение задания по практике.	54	ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20
2.	Учебный этап	Обучение и работа на рабочем месте в качестве стажера-практиканта в соответствии с индивидуальным заданием	54	ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20
3.	Подготовка отчета	Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	54	ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20
4.	Защита отчета	Получение отзыва на рабочем месте, публичная защита отчета	54	ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20
	ИТОГО		216	

## 7. Форма отчётности по практике

Формой аттестации практики является зачет с оценкой (дифференцированный зачет). По итогам зачета обучающемуся могут быть выставлены оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Для проверки качества прохождения практики, а также полученных знаний, умений и навыков, обучающиеся должны представить руководителю практики от кафедры следующие материалы и документы:

- путевку обучающегося-практиканта, оформленную в соответствии с требованиями и содержащую: отзыв от профильной организации, в которой проходила практика; описание проделанной обучающимся работы; общую оценку качества его подготовки, умения контактировать с людьми и анализировать ситуацию, умения работать со статистическими данными и т.д.;

- отчет обучающегося-практиканта о проделанной работе во время прохождения практики с указанием полученных новых знаний, умений и навыков.

Отчёт обучающегося-практиканта по практике должен быть оформлен в соответствии с межгосударственным стандартом ГОСТ 7.32-2017. Отчет обучающегося-практиканта по практике рецензируется и оценивается руководителем практики от кафедры, ответственной за организацию и проведение практики. Отчеты защищаются перед руководителем практики от кафедры и заведующим кафедрой.

## 8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

### 8.1. Фонд оценочных средств

В процессе прохождения практики обучающимся-практикантом ведется дневник практики, в котором фиксируется вид и продолжительность деятельности в процессе выполнения задания по практике. Дневник является неотъемлемой частью отчета по практике. Рабочими документами для составления отчета также служат рабочие материалы и документы профильной организации, разрешенные для изучения и использования обучающемуся-практиканту. Объем и содержание представляемой в отчете

информации по выполнению индивидуального задания каждым обучающимся уточняется у руководителя практики.

## **8.2. Задания на практику**

### **8.2.1. Индивидуальные задания по практике**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20)

Сбор материалов, необходимых для выполнения курсового проекта по дисциплине «Стратегический менеджмент».

### **8.2.2. Типовые задания по практике**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20)

За время прохождения практики студент должен изучить и отразить в отчете следующие вопросы:

*1 Общая характеристика организации:*

- 1.1 Полное и сокращенное наименование организации.
- 1.2 Организационно-правовая форма функционирования.
- 1.3 История создания организации.
- 1.4 Юридический адрес, реквизиты.

*2 Характеристика деятельности организации:*

- 2.1 Роль и место организации в экономике региона.
- 2.2 Основные виды деятельности организации.
- 2.3 Организационная структура управления организацией.
- 2.4 Материальное и кадровое обеспечение организации.
- 2.5 Показатели финансово-экономической деятельности и их динамика.
- 2.6 Анализ факторов внешней среды организации.
- 2.7 Анализ факторов внутренней среды организации.
- 2.8 Анализ деятельности по разработке новых направлений развития бизнеса.

*3 Изучение внутренней документации, регламентирующей деятельность организации, и информационно-коммуникационной среды:*

- 3.1 Организационные документы.
- 3.2 Распорядительные документы.
- 3.3 Служебные документы.
- 3.4 Документы по личному составу.
- 3.5 Коммерческие документы.
- 3.6 Документы по обращениям граждан.
- 3.7 Документы, оформляющие решения по внедрению технологических, продуктовых инноваций, организационных изменений.
- 3.8 Характеристика существующих в организации баз данных.
- 3.9 Информационная обеспеченность различных участников деятельности.

*4 Анализ комплекса маркетинга организации:*

- 4.1 Анализ товарного ассортимента.
- 4.2 Анализ системы сбыта.
- 4.3 Ценовая политика организации.
- 4.4 Анализ коммуникационной деятельности организации.

### **8.2.3. Требования к оформлению отчета**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20)

Оформление отчета осуществляется в соответствии с локальными документами университета.

Текст располагается на одной стороне листа белой бумаги формата А4 и должен соответствовать следующим требованиям:

- оформляется шрифтом *TimesNewRoman*;

- высота букв (кегель) – 14, начертание букв – нормальное;
- межстрочный интервал – полуторный;
- форматирование – по ширине.

Параметры страницы: верхнее поле – 20 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм.

Объем работы в пределах 10-15 страниц. Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляют в середине нижнего поля без точки в конце. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц работы, но номер страницы не проставляется.

Диаграммы, графики, схемы, чертежи, фотографии и др. именуются рисунками, которые нумеруются последовательно сквозной нумерацией под рисунком; текст названия располагается внизу рисунка. Цифровой материал, помещенный в отчете, рекомендуется оформлять в виде таблиц, которые также нумеруются арабскими цифрами последовательно. Все таблицы должны иметь содержательный заголовок. Заголовок помещается под словом «Таблица» над соответствующей таблицей с цифровым материалом.

Приложения оформляются как продолжение отчета на последующих его страницах, которые не нумеруются. Каждое приложение начинают с новой страницы, в правом верхнем углу которой указывают слово «Приложение» с последовательной нумерацией арабскими цифрами, например, «Приложение 1», «Приложение 2» и т.д. Каждое приложение должно иметь тематический заголовок, отражающий суть документа.

После содержания подшивается форма бланка рабочего графика (плана) проведения практики и задание на практику обучающемуся-практиканту.

Отчет о практике защищается перед руководителем практики и заведующим кафедрой.

Отчет прошивается и скрепляется печатью предприятия – базы практики, подписью руководителя практики от предприятия, подписью студента-практиканта, на титульном листе проставляются подписи руководителя практики от кафедры и заведующего кафедрой.

Дневник практики ведется студентом и является обязательным отчетным документом для студента. В дневник практики необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной в течение дня работе. Записи о выполняемой работе должны быть конкретными и заверяются подписью руководителя практики (практическим работником). С его разрешения студент оставляет у себя составленные им проекты документов, отмечает в дневнике все возникающие вопросы, связанные с разрешением конкретных дел. Ведение таких записей впоследствии облегчит студенту составление отчета о прохождении практики.

Дневник скрепляется подписями руководителя практики от организации и студента-практиканта.

### **8.3. Примерные вопросы для защиты отчета по практике**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17, ПК-18, ПК-20)

Формулируются исходя из перечня раскрываемых пунктов структуры отчета (см.8.2.2), а также:

1. Каким образом организовано документальное оформление решений при внедрении инноваций?
2. Охарактеризуйте систему функционирования внутреннего документооборота организации.
3. Оцените экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.
4. Какие новые рыночные возможности имеются у организации?
5. Опишите наиболее актуальные новые бизнес-модели организации.



6. Охарактеризуйте процесс бизнес-планирования организации по созданию и развитию новых направлений деятельности, продуктов.

7. Опишите процесс подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

8. Опишите процесс информационного обеспечения участников организационных проектов.

9. Охарактеризуйте, каким образом организуются и поддерживаются связи с деловыми партнерами.

10. Опишите систему сбора информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

#### Критерии оценивания:

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если обучающийся обнаружил всестороннее систематическое знание теоретического материала и практического материала в рамках задания на практику; в полном объеме представил отчет по практике, оформленный в соответствии с требованиями; имеет положительные отзывы профильной организации;

– оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся твердо знает теоретический материал в рамках задания на практику, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в его изложении; в полном объеме представил отчет по практике, оформленный в соответствии с требованиями; имеет положительные отзывы профильной организации;

– оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обучающийся имеет знания только теоретического материала в рамках задания на практику, но не усвоил его детали, возможно, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки при его письменном изложении, либо допускает существенные ошибки в изложении теоретического материала; в полном объеме, но с неточностями, представил отчет по практике, оформленный в соответствии с требованиями; имеет в целом удовлетворительные отзывы профильной организации;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обучающийся без уважительных причин допускал пропуски в период прохождения практики; допускал принципиальные ошибки в выполнении заданий по практике, либо не выполнил задание; представил в неполном объеме, с неточностями отчет по практике, оформленный без соблюдения требований; имеет неудовлетворительные отзывы профильной организации.

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

Электронный каталог и электронные информационные ресурсы, предоставляемые научной библиотекой ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова» доступны по ссылке <http://library.chuvsu.ru/>

№	Рекомендуемая основная литература
1	Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/4A466F89-7ABF-4428-8F95-DA7FE11EBA7E/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs">https://biblio-online.ru/book/4A466F89-7ABF-4428-8F95-DA7FE11EBA7E/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs</a>
2	Реброва Н.П. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н.П. Реброва. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/63DEE6ED-7851-44F8-AC80-1CF1421C16E4/marketing">https://biblio-online.ru/book/63DEE6ED-7851-44F8-AC80-1CF1421C16E4/marketing</a>
	<b>Рекомендуемая дополнительная литература</b>
1	Завгородняя А.В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для бакалавриата и

	магистратуры / А.В. Завгородняя, Д.О. Ямпольская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 340 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06590-9. <a href="https://biblio-online.ru/book/2F2859DE-39B3-48A2-B07B-AA549D2534B8/marketingovoe-planirovanie">https://biblio-online.ru/book/2F2859DE-39B3-48A2-B07B-AA549D2534B8/marketingovoe-planirovanie</a>
2	Карпова С.В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С.В. Карпова. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/13BCAB7C-D84E-46E7-B99C-EA589B880F5D/marketing-teoriya-i-praktika">https://biblio-online.ru/book/13BCAB7C-D84E-46E7-B99C-EA589B880F5D/marketing-teoriya-i-praktika</a>
3	Карпова С.В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общ.ред. С. В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN978-5-534-05522-1.— Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/015336CD-E236-4CC8-BED4-27ED6CBF2B27/marketingovyy-analiz-teoriya-i-praktika">https://biblio-online.ru/book/015336CD-E236-4CC8-BED4-27ED6CBF2B27/marketingovyy-analiz-teoriya-i-praktika</a>
4	Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.]; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 379 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN978-5-534-01165-4.— Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/961C3C1E-79C5-4949-95BC-5577C0F17C94/marketing-menedzhment">https://biblio-online.ru/book/961C3C1E-79C5-4949-95BC-5577C0F17C94/marketing-menedzhment</a>
<b>Рекомендуемые ресурсы сети «Интернет»</b>	
1	Российская государственная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>
2	Российская национальная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
3	Научная электронная библиотека «Киберленинка». - Режим доступа: <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>
4	Научная библиотека ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова». - Режим доступа: <a href="http://library.chuvsu.ru">http://library.chuvsu.ru</a>
5	Электронно-библиотечная система IPRBooks. - Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>
6	Электронная библиотечная система «Юрайт». - Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru">http://www.biblio-online.ru</a> 23
7	«Записки маркетолога» – сайт маркетинг-директора- Режим доступа: <a href="http://www.marketch.ru">http://www.marketch.ru</a>
8	Институт Общественного Мнения Анкетолог – Электронный тематический ресурс - Режим доступа: <a href="https://blog.anketolog.ru/o-proekte/">https://blog.anketolog.ru/o-proekte/</a>
9	«Новый маркетинг» (журнал для маркетинг-директоров и тех, кто хочет ими стать). - Режим доступа: <a href="http://www.new-marketing.ru">http://www.new-marketing.ru</a> –
10	MARKETOPEDIA – онлайн энциклопедия маркетинга - Режим доступа: <a href="http://marketopedia.ru">http://marketopedia.ru</a>
11	Онлайн – энциклопедия по маркетингу и рекламе - Режим доступа: <a href="http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/">http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/</a>
12	Сайт Гильдии Маркетологов - Режим доступа: <a href="http://www.marketologi.ru/">http://www.marketologi.ru/</a>
13	Сайт Института маркетинговых и социальных исследований GFK - Режим доступа: <a href="http://www.gfk.ru/">http://www.gfk.ru/</a>
14	«Секрет фирмы» — интернет-журнал о бизнесе - Режим доступа: <a href="https://secretmag.ru">https://secretmag.ru</a>
15	Studbooks.net – Студенческая библиотека онлайн - Режим доступа: <a href="http://studbooks.net/59253/marketing/marketing_sotsialnyh_uslug_">http://studbooks.net/59253/marketing/marketing_sotsialnyh_uslug_</a>
16	Студми. Учебные материалы для студентов - Режим доступа: <a href="https://studme.org/">https://studme.org/</a>
17	Тематический портал «Маркетинг»- Режим доступа: <a href="http://marketing.web-3.ru/">http://marketing.web-3.ru/</a>
18	Тематический сайт по менеджменту и маркетингу - Режим доступа: <a href="http://www.addere.ru/">http://www.addere.ru/</a>
19	Центр маркетинговых компетенций - Режим доступа: <a href="http://marketolog.biz">http://marketolog.biz</a> , <a href="http://surin.marketolog.biz">http://surin.marketolog.biz</a>
20	Электронный журнал о маркетинге и рекламе - Режим доступа: <a href="http://www.4p.ru/main/index.php">http://www.4p.ru/main/index.php</a>
21	Энциклопедия маркетинга (качественная локализация маркетинговых материалов) - Режим доступа: <a href="http://www.marketing.spb.ru">http://www.marketing.spb.ru</a>

### **10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Доступное программное лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, предоставляемые обучающемуся-практиканту университетом (URL: <http://ui.chuvsu.ru/index.php/2010-06-25-10-45-35>).

В процессе прохождения практики обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе компьютерные симуляции, средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

№	Рекомендуемое программное обеспечение
1	Набор офисных программ MicrosoftOffice
2	ОС Windows
<b>Рекомендуемые информационные справочные системы</b>	
1	Справочная правовая система «Консультант Плюс»
2	Справочная правовая система «Гарант»

### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

В соответствии с договорами на проведение практики между университетом и профильной организацией обучающиеся могут пользоваться ресурсами подразделений (бюро, отделов, лабораторий и т.п.), библиотекой, технической и другой документацией профильной организации и университета, необходимыми для успешного освоения обучающимися программы практики и выполнения ими индивидуальных заданий на практику. Учебные аудитории университета для самостоятельных занятий оснащены пользовательскими рабочими местами, объединенными локальной сетью, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова».