

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
УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА


(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)

Направление подготовки (специальность)	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр
Прикладной бакалавриат	
Вид практики	учебная
Тип практики	практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

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

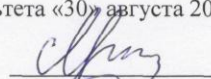


И.А. Леонтьева

СОГЛАСОВАНО:

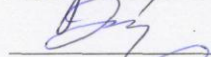
Методическая комиссия экономического факультета «30» августа 2019 г., протокол №1

Декан факультета



Н.В. Морозова

Директор научной библиотеки



Н.Д. Никитина

Начальник управления информатизации



И.П. Пивоваров

Начальник учебно-методического управления



В.И. Маколов

1. Цели и задачи обучения при прохождении практики

Целью учебной практики является:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении таких дисциплин, как «Информационные технологии в экономике и управлении», «Статистика», «Микроэкономика», «Экономика организаций», «Бухгалтерский учет», «Теория организации» и др.;

– развитие практических умений и навыков, необходимых для самостоятельного решения конкретных задач в области маркетинга;

– сбор материалов, необходимых для выполнения курсового проекта по дисциплине «Маркетинговые исследования».

Для достижения данной цели необходимо решение следующих задач:

– изучение деятельности организации в соответствии с программой практики;

– освоение методов сбора, обработки и анализа управленческой информации;

– выполнение поручений руководителя практики от организации;

– приобретение опыта профессиональной деятельности в области маркетинга.

2. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики – учебная.

Тип практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

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>Знать 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>Уметь идентифицировать и оценивать опасные и вредные факторы среды обитания; оценивать степень опасности (пожаровзрывной, электрической, экологической и др.).</p> <p>Владеть 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-1 - владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику	<p>Знать теории мотивации, лидерства и власти; методологические принципы организационного поведения.</p> <p>Уметь анализировать групповую динамику и организационную культуру, разбираться в проблемной стороне управления организацией; самостоятельно разбираться в структуре управления организацией.</p> <p>Владеть навыками применения различных теорий мотивации, лидерства и власти в практике управления, аудита человеческих ресурсов и диагностики организационной культуры.</p>

<p>организационной культуры</p> <p>ПК-2 - владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p>	<p>Знать способы управления конфликтами, основы межличностных, групповых и организационных коммуникаций, современные технологии управления персоналом, принципы социальной ответственности и компетентности, технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере.</p> <p>Уметь применять на практике принципы, методы и модели разрешения конфликтных ситуаций, формировать коммуникативную политику организаций на основе современных технологий управления персоналом.</p> <p>Владеть современными методами управления персоналом, способами управления конфликтами, навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций, в том числе межкультурной среде.</p>
<p>ПК-9 - способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Знать методы проведения маркетинговых исследований, основные понятия, категории и инструменты поведения потребителей; основы сегментации рынка, позиционирования товара; методы изучения поведения потребителей, основные понятия и сущность рынка.</p> <p>Уметь оценивать маркетинговую среду деятельности предприятия и действия участников рыночных отношений, анализировать поведение потребителей, применяя различные методы; разбираться в проблемной стороне управления поведением потребителей; оценивать факторы, влияющие на поведение потребителей, и возможности их использования в практике предприятия.</p> <p>Владеть методами оценки внешних условий и рыночных возможностей предприятия, анализа поведения конкурентов и потребителей, оценки собственных возможностей; способами учета психологических факторов, влияющих на процесс покупки.</p>
<p>ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	<p>Знать методы анализа маркетинговой информации, принципы проведения экспертизы бизнес-проектов и бизнес-планов.</p> <p>Уметь анализировать полученную маркетинговую информацию для принятия стратегических маркетинговых решений, планировать и осуществлять организационную диагностику и целенаправленным образом обобщать ее результаты для выработки рекомендаций по проведению изменений в клиентской организации; разрабатывать систему организационных мероприятий с целью решения стратегических тактических и оперативных задач компании; разработать направления оптимизации организационной структуры предприятия.</p> <p>Владеть технологиями обработки маркетинговой информации и принятия решений, навыками самостоятельной аналитической работы в информационном пространстве данных о состоянии организаций реального сектора экономики и конкретных хозяйствующих субъектов; работы с материалами и документами клиентских организаций; подготовки и принятия управленческих решений в условиях неопределенности.</p>
<p>ПК – 14 - умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета</p>	<p>Знать основные нормативные и законодательные акты, регулирующие вопросы учета имущества и источников его формирования в организации и формирования финансовой отчетности; состав хозяйственных средств организации и их классификацию по видам и размещению и по источникам образования; принципы формирования учетной политики организации; состав затрат на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг).</p> <p>Уметь выявлять проблемы в управлении затратами в организации.</p>

	Владеть современными технологиями в области организации и ведения учета имущества и источников его формирования в организациях.
ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<p>Знать 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.</p> <p>Уметь оценивать маркетинговую среду деятельности предприятия и разрабатывать маркетинговую политику предприятия, проводить экспертизу бизнес-проекта и бизнес-плана; организовать проведение маркетингового консультирования на предприятии.</p> <p>Владеть методами оценки внешних условий и рыночных возможностей предприятия для принятия маркетинговых решений, методами определения типа необходимого консультирования; проведением ревизии маркетинга.</p>

4. Место практики в структуре ОП ВО

Учебная практика предусмотрена образовательной программой и учебным планом по профилю «Маркетинг». Практика проводится на базе ЧГУ в 4 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: «Информационные технологии в экономике и управлении», «Статистика», «Микроэкономика», «Экономика организаций», «Бухгалтерский учет», «Теория организации» и др.

Знания и умения, приобретенные обучающимися в результате изучения дисциплины, необходимы при изучении таких дисциплин, как «Статистика», «Макроэкономика», «Экономика организаций», «Финансы», «Менеджмент», «Комплексный экономический анализ», «Документационное обеспечение управления» 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 3 з.е./ 108 ак.ч., в т.ч. объем контактной работы составляет 2 ч. Продолжительность практики - 2 недели.

Формой аттестации практики является зачет с оценкой (дифференцированный зачет). По итогам зачета обучающемуся могут быть выставлены оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

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.	45	ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17
2.	Учебный этап	Обучение и работа на рабочем месте в качестве стажера-практиканта в	45	ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9,

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	Формируемые компетенции
		соответствии с индивидуальным заданием		ПК-10, ПК-14, ПК-17
3.	Подготовка отчета	Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	45	ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17
4.	Защита отчета	Получение отзыва на рабочем месте, публичная защита отчета	45	ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17
	ИТОГО		180	

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 с руководителями практики. С согласия профильной организации в отчете должна быть представлена нижеследующая информация:

8.2. Задания на практику

8.2.1. Индивидуальные задания по практике

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17)

Сбор материалов, необходимых для выполнения курсового проекта по дисциплине «Маркетинговые исследования».

8.2.2. Типовые задания по практике

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17)

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 Миссия и цели деятельности организации.

2.3 Основные виды деятельности организации.

2.4 Внутренние документы организации, регламентирующие ее деятельность.

2.5 Показатели финансово-экономической деятельности и их динамика.

2.6 Характеристика системы ведения финансового учета.

3 *Характеристика среды функционирования организации:*

3.1 Характеристика внешней среды организации.

3.2 Характеристика внутренней среды организации.

4 *Характеристика системы управления персоналом в организации:*

4.1 Организационная структура управления организацией.

4.2 Характеристика кадрового состава организации.

4.3 Принципы и методы управления персоналом, используемые в организации.

4.4 Характеристика системы мотивации в организации.

4.5 Методы групповой работы и командообразования в организации.

4.6 Виды и способы разрешения конфликтных ситуаций.

4.7 Характеристика организационной культуры.

8.2.3. Требования к оформлению отчета

(контролируемые компетенции - ОК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17)

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

- оформляется шрифтом *Times New Roman*;
- 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-1, ПК-2, ПК-9, ПК-10, ПК-14, ПК-17)

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

1. Назовите основные теории мотивации, лидерства и власти.
2. Перечислите принципы формирования команды.
3. Охарактеризуйте технологию проведения аудита человеческих ресурсов в организации.
4. Охарактеризуйте процесс осуществления диагностики организационной культуры.
5. Опишите особенности межличностных, групповых и организационных коммуникаций в межкультурной среде.
6. Назовите способы выявления рыночных и специфических рисков.
7. Перечислите основные принципы и стандарты финансового учета.
8. Опишите процесс управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.
9. Охарактеризуйте экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности организации.
10. Назовите новые рыночные возможности организации, способствующие формированию бизнес-моделей.

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	Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 559 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4
2	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: https://biblio-online.ru/book/4A466F89-7ABF-4428-8F95-DA7FE11EBA7E/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs
	Рекомендуемая дополнительная литература
1	Калюжнова Н.Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н.Я. Калюжнова, Ю.Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н.Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 164 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04874-2.- Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4
2	Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/book/CCE4950F-3DEF-4A0F-B975-1DEAFE53A7A7
3	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/13BCAB7C-D84E-46E7-B99C-EA589B880F5D/marketing-teoriya-i-praktika
4	Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О.К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 350 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/book/3700BFC0-4E85-4365-A993-DC32D127412C
	Рекомендуемые ресурсы сети «Интернет»
1	Российская государственная библиотека. - Режим доступа: http://www.rsl.ru
2	Российская национальная библиотека. - Режим доступа: http://www.nlr.ru
3	Научная электронная библиотека «Киберленинка». - Режим доступа: http://cyberleninka.ru
4	Научная библиотека ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова». - Режим доступа:

	http://library.chuvsu.ru
5	Электронно-библиотечная система IPRBooks. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru
6	Электронная библиотечная система «Юрайт». - Режим доступа: http://www.biblio-online.ru 23
7	«Записки маркетолога» – сайт маркетинг-директора - Режим доступа: http://www.marketch.ru
8	Институт Общественного Мнения Анкетолог – Электронный тематический ресурс - Режим доступа: https://blog.anketolog.ru/o-proekte/
9	«Новый маркетинг» (журнал для маркетинг-директоров и тех, кто хочет ими стать). - Режим доступа: http://www.new-marketing.ru –
10	MARKETOPEDIA – онлайн энциклопедия маркетинга - Режим доступа: http://marketopedia.ru
11	Онлайн – энциклопедия по маркетингу и рекламе - Режим доступа: http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/
12	Сайт Гильдии Маркетологов - Режим доступа: http://www.marketologi.ru/
13	Сайт Института маркетинговых и социальных исследований GFK - Режим доступа: http://www.gfk.ru/
14	«Секрет фирмы» — интернет-журнал о бизнесе - Режим доступа: https://secretmag.ru
15	Studbooks.net – Студенческая библиотека онлайн - Режим доступа: http://studbooks.net/59253/marketing/marketing_sotsialnyh_uslug_
16	Студми. Учебные материалы для студентов - Режим доступа: https://studme.org/
17	Тематический портал «Маркетинг»- Режим доступа: http://marketing.web-3.ru/
18	Тематический сайт по менеджменту и маркетингу - Режим доступа: http://www.addere.ru/
19	Центр маркетинговых компетенций - Режим доступа: http://marketolog.biz , http://surin.marketolog.biz
20	Электронный журнал о маркетинге и рекламе - Режим доступа: http://www.4p.ru/main/index.php
21	Энциклопедия маркетинга (качественная локализация маркетинговых материалов) - Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru

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
Рекомендуемые информационные справочные системы	
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».