**АННОТАЦИЯ**

**программы практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента | |
| **Направление подготовки** | 38. 04.02 | Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Маркетинг и брендинг | |
| **Тип практик** | **Преддипломная практика** | |
| **Формы проведения практик** | дискретно | |
| **Способы проведения практики** | выездная/стационарная | |
| **Объем** | 21 з.е. | |
| **Формы промежуточной аттестации** | зачет (с оценкой) | |
| **Место практики в структуре ОПОП** | блок 2  вариативная часть | |
| **Цели (содержание) практики** | | |
| Сбор, анализ маркетинговой информации для подготовки выпускной квалификационной работы магистра | | |
| **Перечень планируемых результатов практики** | | |
| **сформировать у обучающихся** | | |
| ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности | | |
| ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования | | |
| ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; | | |
| ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; | | |
| ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач; | | |
| ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения | | |
| ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; | | |
| ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями; | | |
| ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада; | | |
| ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования; | | |
| ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой | | |
| **Отчетные документы (материалы) по практике** | | |
| Договор (если практика не в УрГЭУ) | | |
| Совместный рабочий (график) план проведения практики | | |
| Индивидуальное задание | | |
| Характеристика | | |
| Отчет | | |
| **Перечень учебной литературы** | | |
| **Основная литература**   1. Тимохина, Г. С. Маркетинг-менеджмент [Текст] : учебное пособие / Г. С. Тимохина ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Издательство УрГЭУ, 2019. - 200 с. [*http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492523.pdf*](http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492523.pdf) (10 экз.) 2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 255 с. [*https://www.biblio-online.ru/bcode/437894*](https://www.biblio-online.ru/bcode/437894) 3. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Т. П. Данько. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 521 с. <http://www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79> 4. Изакова, Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Б. Изакова ; Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [б. и.], 2018. - 1 с. <http://meu.usue.ru/lessons/index.html> 5. Маркетинг-менеджмент [Текст]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И. В. Липсица и О. К. Ойнер ; Высш. шк. экономики - Нац. исслед. ун-т. - Москва : Юрайт, 2017. - 378 с. (5 экз.) 6. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Быков, Е. И. Комаров. - Изд. испр. - Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2017. - 242 с. <http://znanium.com/go.php?id=635081> 7. Солосиченко, Т. Ж. Маркетинговые исследования [Текст] : учебное пособие / Т. Ж. Солосиченко ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 с.<http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf> (40 экз.) 8. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] : научное издание / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. В. Кузин]. - 14-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2015. - 800 с. 9. Маркетинг для магистров [Электронный ресурс] : учебник / под общ. ред. И. М. Синяевой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 368 с. <http://znanium.com/go.php?id=501125> 10. Стратегический маркетинг для магистров [Электронный ресурс] : учебник / О. Н. Жильцова [и др.] ; под ред. О. Н. Жильцовой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 354 с. <http://znanium.com/go.php?id=505690> 11. Годин А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2016. - 184 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-02629-4 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/329358 12. Краснослободцев А. А. Системый бренд-менеджмент: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности менеджмента и маркетинга / Грошев И.В., Краснослободцев А.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 655 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-238-02203-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882735> 13. Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 37.04.01 "Психология", 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью", 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 325 с. http://znanium.com/go.php?id=543751   **Дополнительная литература**   1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Маркетинг» и другим экономическим специальностям / [В. Т. Гришина [и др.] ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 448 с. 2. Тимохина, Галина Сергеевна. Поведение потребителей [Текст] : учебное пособие. Ч. 2. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2016. - 126 с. [*http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488064.pdf*](http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488064.pdf) (40 экз.) 3. Тимохина, Галина Сергеевна. Поведение потребителей [Текст] : учебное пособие. Ч. 1. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2015. - 138 с. [*http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p486384.pdf*](http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p486384.pdf) (40 экз.) 4. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Текст] : учебник : учебное пособие для слушателей образовательных учреждений, обучающихся по программе МВА и другим программам подготовки управленческих кадров / Б. А. Соловьев ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 382 с. (1 экз.) 5. Родионова, Н. В. Методы исследования в менеджменте [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200 "Менеджмент" / Н. В. Родионова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 415 с. 9экз. 6. Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 37.04.01 "Психология", 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью", 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 325 с. http://znanium.com/go.php?id=543751 7. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие по специальности "Менеджмент организации" / Б. И. Герасимов [и др.]. - 2-е изд., доп. - Москва : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. - 272 с. <http://znanium.com/go.php?id=509723> 8. Грушенко, В. И. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.68 "Менеджмент" (квалификация (степень) «магистр») / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с. 9. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 718 с. 15экз. 10. Грушенко, В. И. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.68 "Менеджмент" (квалификация (степень) «магистр») / В. И. Грушенко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 336 с.   **Перечень электронных образовательных ресурсов, к которым обеспечивается доступ обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**   * Электронный каталог ИБК УрГЭУ (<http://lib.usue.ru/> ); * Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<https://elibrary.ru/> ) * ЭБС издательства «ЛАНЬ» (<http://e.lanbook.com/> ); * ЭБС Znanium.com (<http://znanium.com/> ); * ЭБС Троицкий мост (<http://www.trmost.ru> ) * ЭБС издательства ЮРАЙТ (<https://www.biblio-online.ru/> ); * Сетевое издание «Информационный ресурс СПАРК» (<http://www.spark-interfax.ru/> ); * Университетская информационная система РОССИЯ (<https://uisrussia.msu.ru/> ). * Архив научных журналов NEICON (<http://archive.neicon.ru> ). * Обзор СМИ Polpred.com (<http://polpred.com> ) * Ресурсы АРБИКОН (<http://arbicon.ru> ) * Научная электронная библиотека КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>) | | |
| **Перечень профессиональных стандартов** | | |
| 08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н (Зарегистрировано  в Министерстве юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 года, регистрационный N 51397) | | |
| **Описание материально-технической базы необходимой для проведения практики** | | |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:**   * Astra Linux Common Edition Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017 (без ограничения срока действия) * Microsoft Windows 10 Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017 (срок действия лицензии до 30.09.2020) * Мой Офис стандартный Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017(без ограничения срока действия) | | |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**  Общего доступа   * Справочная правовая система ГАРАНТ * Справочная правовая система Консультант плюс * www.ivr.ru Сайт «Инвестиционные возможности России» * www.oecd.org Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития * www.worldbank.org Официальный сайт Мирового банка * www.wto.org Официальный сайт Всемирной торговой организации * www.un.org Официальный сайт ООН * www.unctad.org Официальный сайт Конференции ООН по торговле и развитию * http://www.midural.ru/ - Официальный сайт Правительства Свердловской области * http://mvs.midural.ru/ - Официальный сайт Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области * www.executiveplanet.com – Сайт о деловой культуре разных стран мира * www.e-xecutive.ru – Сайт для менеджеров | | |
| **Описание МТО лаборатории (рабочего места)**  Реализация практики осуществляется на предприятиях (согласно заключенным договорам) ли УрГЭУс использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов деятельности обучающихся, предусмотренных программой практики. Для работы с документированной информацией практиканту необходимо наличие помещения, оснащенного спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам.  Для проведения защиты практики требуется аудитория и мультимедийное оборудование. | | |

Аннотацию подготовила: Солосиченко Т.Ж.