

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика»

Вид производственная практика
учебная, производственная

Тип преддипломная практика

Форма дискретная по видам практик
непрерывная, дискретная

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2025

Рабочая программа практики «Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

маркетинга и торгового дела

наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025г.

Заведующий кафедрой
маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

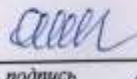


подпись

О.М. Калиева
расшифровка подписи

Исполнители:

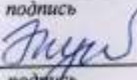
Зав.кафедрой
должность



подпись

О.М. Калиева
расшифровка подписи

Доцент
должность



подпись

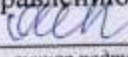
Н.В. Лужнова
расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент

код наименование



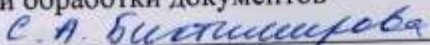
личная подпись

О.М. Калиева
расшифровка подписи

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов



личная подпись



расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета



личная подпись

Ю.В. Рожкова
расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Калиева О.М.,
Лужнова Н.В., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения практики

Цель практики: сбор и проработка материалов, необходимых для написания выпускной квалификационной работы по определенной теме; приобретение навыков научного и практического исследования.

Задачи:

- сбор аналитического материала по тематическому направлению выпускной квалификационной работы;
- изучение методических указаний, нормативных документов по исследуемым вопросам темы выпускной квалификационной работы и отраслевых инструкций, действующих в настоящее время и регламентирующих работу предприятий;
- сбор фактического материала по маркетинговой деятельности исследуемого предприятия или рынка, ознакомление с практической информацией по теме выпускной квалификационной работы, сбор и подготовка необходимого графического материала;
- обобщение собранного материала, определение его достаточности и достоверности для выполнения выпускной квалификационной работы с последующим оформлением отчета по практике;
- освоение соответствующих универсальных и профессиональных компетенций, необходимых выпускникам для последующей успешной работы на предприятии в должности маркетолога.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика реализуется в форме практической подготовки.

Практика относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока П «Практика»

Пререквизиты практики: Б1.Д.Б.1 Философия, Б1.Д.Б.2 История России, Б1.Д.Б.3 Иностранный язык, Б1.Д.Б.4 Безопасность жизнедеятельности, Б1.Д.Б.5 Физическая культура и спорт, Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.9 Основы проектной деятельности. Общественные проекты, Б1.Д.Б.10 Тайм-менеджмент, Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.13 Экономическая теория, Б1.Д.Б.14 Математика, Б1.Д.Б.15 Статистика, Б1.Д.Б.16 Теория менеджмента, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.18 Финансовый учет и отчетность, Б1.Д.Б.19 Теория организации, Б1.Д.Б.20 Разработка управленческих решений, Б1.Д.Б.21 История управленческой мысли, Б1.Д.Б.22 Управление человеческими ресурсами, Б1.Д.Б.23 Коммерческая деятельность, Б1.Д.Б.24 Электронные коммуникации в управлении, Б1.Д.Б.25 Организация производства, Б1.Д.Б.26 Основы предпринимательской деятельности, Б1.Д.В.1 Производственный менеджмент, Б1.Д.В.2 Маркетинг-менеджмент, Б1.Д.В.3 Стратегический менеджмент, Б1.Д.В.4 Маркетинговые коммуникации, Б1.Д.В.5 Маркетинговые исследования, Б1.Д.В.6 Стратегический маркетинг, Б1.Д.В.7 Организация рекламной деятельности, Б1.Д.В.8 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг, Б1.Д.В.9 Технология разработки проектирования концепции продукта, Б1.Д.В.10 Управление маркетинговыми проектами, Б1.Д.В.11 Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования и бизнес-процессов, Б1.Д.В.12 Поведение потребителей, Б1.Д.В.13 Маркетинг инноваций, Б1.Д.В.14 Электронные торговые площадки, Б2.П.Б.У.1 Ознакомительная практика, Б2.П.В.П.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика

Постреквизиты практики: *Отсутствуют*

3 Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1-В-1 Применяет философские основы познания и логического мышления, методы научного познания, в том числе методы системного анализа, для решения поставленных задач УК-1-В-2 Осуществляет критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников УК-1-В-3 Понимает основные закономерности и главные особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте УК-1-В-4 Применяет методы сбора, хранения, обработки, передачи, анализа и синтеза информации с использованием компьютерных технологий для решения поставленных задач УК-1-В-5 Формулирует и аргументирует выводы и суждения, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1-В-6 Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий	<u>Знать:</u> ценности и нормы для формирования мировоззренческой позиции личности обучающегося. <u>Уметь:</u> использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции. <u>Владеть:</u> навыками формирования мировоззренческой позиции личности в обществе.
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2-В-1 Понимает классическую структуру проекта с учетом оптимизации ресурсного обеспечения, способы представления проекта УК-2-В-2 Формулирует цели и задачи проекта, структурирует этапы процесса организации проектной деятельности УК-2-В-3 Применяет элементы анализа, планирования и оценки рисков для выбора оптимальной стратегии развития и обоснования устойчивости проекта УК-2-В-4 В рамках цели проекта опирается на правовые нормы основных отраслей российского законодательства	<u>Знать:</u> классическую структуру проекта с учетом оптимизации ресурсного обеспечения, способы представления проекта. <u>Уметь:</u> формулировать цели и задачи проекта, структурирует этапы процесса организации проектной деятельности. <u>Владеть:</u> навыками применения элементов анализа, планирования и оценки рисков для выбора оптимальной стратегии развития и обоснования устойчивости проекта.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	при постановке целей и выборе оптимальных способов их достижения; обладает навыками использования нормативно-правовых ресурсов в разработке и реализации проектов	
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3-В-1 Понимает эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде УК-3-В-2 Генерирует идею, выбирает направление развития ее в проекте с учетом видовых характеристик и осуществляет социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде	<u>Знать:</u> эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, роль в команде. <u>Уметь:</u> генерировать идею, выбирать направление развития ее в проекте с учетом видовых характеристик и осуществлять социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде. <u>Владеть:</u> навыками осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде.
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4-В-1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемый стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами УК-4-В-2 Ведет деловую коммуникацию в письменной и электронной форме, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках	<u>Знать:</u> - основные лексические и грамматические нормы иностранного языка в объеме, необходимом для осуществления межличностного и межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах. <u>Уметь:</u> - читать и понимать со словарем оригинальную литературу, извлекать из неё необходимую информацию; - логически, аргументировано, последовательно и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке в соответствии с лексическими и грамматическими нормами. <u>Владеть:</u> - основными языковыми и речевыми средствами для осуществления коммуникации в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия на знакомую / интересующую тему; - основами аннотирования и реферирования аутентичных текстов на иностранном языке с целью получения общей / интересующей информации в

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
		рамках общекультурных тем и тем по направлению подготовки.
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5-В-2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения	<u>Знать:</u> - глобальные проблемы современности с точки зрения социокультурной коммуникации; - возможности коммуникативных связей для решения образовательных и профессиональных задач. <u>Уметь:</u> - использовать полученные знания в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного, конфессионального, социального контекста; - устанавливать отношения сотрудничества, выяснять интересы и потребности других участников образовательного процесса; - выявлять эффективные тактики взаимодействия в различных социокультурных ситуациях. <u>Владеть:</u> - способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами в условиях поликультурной образовательной среды и сферы профессиональной деятельности.
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6-В-1 Понимает важность планирования целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда УК-6-В-2 Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	<u>Знает:</u> цели собственной деятельности; способы реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; возможности для приобретения новых знаний и навыков; навыки оценки эффективности использования времени при решении поставленных задач <u>Умеет:</u> планировать;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	УК-6-В-3 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков УК-6-В-4 Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач	реализовывать намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; использовать возможности для приобретения новых знаний и навыков; оценивать эффективность использования времени при решении поставленных задач Владеет: навыками планирования, реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; приобретения новых знаний и навыков; оценки эффективности использования времени при решении поставленных задач
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7-В-1 Соблюдает нормы здорового образа жизни, используя основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий на всех жизненных этапах развития личности УК-7-В-2 Выбирает рациональные способы и приемы профилактики профессиональных заболеваний, психофизического и нервноэмоционального утомления на рабочем месте	Знать: требования безопасности при проведении занятий по физической культуре и плаванию; обоснование оздоровительного значения физической культуры, плавания и их важное место в общечеловеческой культуре; теоретико-методические основы физической культуры и рациональные способы профилактики утомления на рабочем месте. Уметь: выполнять основные двигательные действия физкультурно-спортивного направления и плавания для поддержания должного уровня физической подготовленности к профессиональной деятельности личности; определять и оценивать основные способы влияния физической нагрузки на организм; применять знания, умения и навыки для организации самостоятельных занятий по физической культуре

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
		и плаванию, с целью профилактики профессиональных заболеваний, и утомления на рабочем месте. Владеть: основными методами оценки физической подготовленности для обеспечения профессиональной деятельности; средствами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; основами саморегулирования состояния здоровья для профилактики психофизического и нервно-эмоционального утомления на рабочем месте.
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8-В-1 Формирует культуру безопасного и ответственного поведения в повседневной жизни и профессиональной деятельности, обеспечивая безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности, труда на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты УК-8-В-2 Использует приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов УК-8-В-3 Идентифицирует угрозы (опасности) природного и техногенного происхождения для жизнедеятельности человека и природной среды УК-8-В-4 В случае возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов применяет методы защиты жизнедеятельности человека, принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях	Знать: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы; защиты от чрезвычайных ситуаций; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации. Уметь: поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению. Владеть: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в чрезвычайных ситуациях
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-9-В-1 Понимает особенности развития человека с ограниченными возможностями здоровья УК-9-В-2 Демонстрирует готовность применять базовые дефектологические знания,	Знать: - понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру; - особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	принципы, методы в социальной и профессиональной сферах	<u>Уметь:</u> планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами <u>Владеть:</u> навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10-В-1 Выявляет и обосновывает сущность, закономерности экономических процессов, осознает их природу и связь с другими процессами; понимает содержание и логику поведения экономических субъектов; использует полученные знания для формирования собственной оценки социально-экономических проблем и принятия аргументированных экономических решений в различных сферах жизнедеятельности УК-10-В-2 Взвешенно осуществляет выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов УК-10-В-3 Понимает последствия принимаемых финансово-экономических решений в условиях сформировавшейся экономической культуры; способен, опираясь на принципы и методы экономического анализа, критически оценить свой выбор с учетом области жизнедеятельности	<u>Знать:</u> сущность и закономерности экономических процессов, осознавать их природу и связь с другими процессами; понимать содержание и логику поведения экономических субъектов; использовать полученные знания для формирования собственной оценки социально-экономических проблем и принятия аргументированных экономических решений в различных сферах жизнедеятельности <u>Уметь:</u> осуществлять выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов <u>Владеть:</u> принципами и методами экономического анализа для понимания последствий принимаемых финансово-экономических решений в условиях сформировавшейся экономической культуры и критической оценки своего выбора с учетом области жизнедеятельности
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному	УК-11-В-1 Понимает сущность экстремизма, терроризма, коррупции и осознает их негативные последствия в	<u>Знать:</u> - сущность и формы коррупционного поведения, его взаимосвязь с социальными,

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	социальных, экономических и других процессах общества УК-11-В-2 Соблюдает нормы права и морали, применяет правовые нормы и предусмотренные законом меры по противодействию коррупционному поведению и нейтрализации коррупционных проявлений УК-11-В-3 Идентифицирует угрозы и проявления экстремизма, терроризма, способен противодействовать им в профессиональной деятельности	экономическими, политическими и иными условиями, его негативные последствия - способы формирования нетерпимого отношения к проявлению экстремизма, терроризма и противодействия им в профессиональной деятельности - основные причины терроризма и формы его проявления, возможные чрезвычайные ситуации, обусловленные террористическими актами различного вида <u>Уметь:</u> - различать формы коррупционного поведения и его негативные последствия - формировать нетерпимое отношение к проявлению экстремизма, терроризма и противодействовать им в профессиональной деятельности - проводить мероприятия заблаговременно в целях предупреждения террористических актов в режиме повседневной деятельности - применять современные методы и способы борьбы с терроризмом <u>Владеть:</u> - предусмотренными законом мерами к нейтрализации коррупционного поведения, методами применения правовых норм о противодействии коррупционному поведению - навыками формирования нетерпимого отношения к проявлению экстремизма, терроризма и противодействия им в профессиональной деятельности - навыками защиты населения от террористических акций и мерами обеспечения личной безопасности

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК*-1 Способен выбирать методы и применять навыки количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК*-1-В-1 Знает методы анализа внутренней и внешней среды организации ПК*-1-В-2 Способен определять конкурентные преимущества организации с целью формирования алгоритмов действий организации в рыночной среде ПК*-1-В-3 Владеет навыками проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: основные методы анализа внутренней и внешней маркетинговой среды организации Уметь: проводить стратегический маркетинговый анализ Владеть: навыками количественного и качественного анализа информации при принятии стратегических маркетинговых решений
ПК*-2 Способен оценивать экономические и социальные условия для осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности с целью повышения конкурентоспособности организации	ПК*-2-В-1 Умеет анализировать источники информации и выявлять возможности для эффективной деятельности организации ПК*-2-В-2 Владеет навыками оценки конкурентоспособности организации и формирования уникальных торговых предложений ПК*-2-В-3 Способен на основе анализа изменяющейся рыночной среды выбирать актуальные направления функционирования и развития организации	Знать: содержание стратегий на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне маркетингового управления для выбора актуальных направлений функционирования и развития организации Уметь: выявлять новые рыночные возможности с целью повышения конкурентоспособности организации Владеть: навыками анализа и оценки экономических и социальных условий изменяющейся рыночной среды осуществления маркетинговой деятельности
ПК*-3 Способен применять методы стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и реализации стратегии организации с учетом запросов и требований заинтересованных сторон	ПК*-3-В-1 Способен подготовить аналитический отчет о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг ПК*-3-В-2 Умеет применять инструментарий стратегического анализа маркетинговой среды организации ПК*-3-В-3 Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	Знать: методы стратегического и маркетингового анализа организации (рынков, продуктов) Уметь: применять инструментарий стратегического анализа маркетинговой среды организации для разработки и реализации стратегии организации с учетом запросов и требований заинтересованных сторон Владеть: методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью организации

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК*-4 Способен моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций, владеть навыками бизнес-планирования в маркетинговой деятельности	ПК*-4-В-1 Умеет применять основы бизнес-планирования в маркетинговой деятельности ПК*-4-В-2 Владеет методами анализа и организации бизнес-процессов, внедрения инноваций и проведения организационных изменений ПК*-4-В-3 Способен выстраивать и поддерживать функционирование внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования и контроля деятельности	<u>Знать:</u> методы сбора информации для принятия стратегических решений, стратегического планирования и контроля маркетинговой деятельности <u>Уметь:</u> выстраивать и поддерживать функционирование внутренней маркетинговой стратегической информационной системы организации <u>Владеть:</u> методами моделирования и реорганизации стратегических бизнес-процессов в практической маркетинговой деятельности организации
ПК*-5 Способен адаптироваться к изменениям рыночных ситуаций, проявлять творческий подход, инициативу и настойчивость в достижении целей маркетинговой деятельности	ПК*-5-В-1 Знает методы и возможности влияния на целевую аудиторию ПК*-5-В-2 Владеет приемами организации взаимодействия с целевой аудиторией ПК*-5-В-3 Способен участвовать в планировании и осуществлении мероприятий, направленных на реализацию маркетинговой стратегии организации	<u>Знать:</u> этапы процесса продаж и методы воздействия на целевую аудиторию в условиях изменения рыночных ситуаций <u>Уметь:</u> воздействовать на потребительское поведение на основе творческого подхода <u>Владеть:</u> навыками планирования и осуществления мероприятий по организации продаж для реализации маркетинговой стратегии предприятия
ПК*-6 Способен использовать передовой отечественный и зарубежный опыт в области производственного менеджмента, маркетинга, разработки стратегии при выполнении организационных и управленческих процессов в предпринимательской деятельности	ПК*-6-В-1 Формулирует теоретические основы стратегического менеджмента и методы разработки и реализации стратегии в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов, выявление и использование резервов производства с целью достижения наибольшей эффективности работы организации ПК*-6-В-2 Определяет методы стратегического менеджмента и методы разработки и реализации стратегии в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов, выявление и	<u>Знать:</u> теоретические основы стратегического менеджмента и методы разработки и реализации стратегии в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов, выявление и использование резервов производства с целью достижения наибольшей эффективности работы организации <u>Уметь:</u> применять методы стратегического менеджмента и методы разработки и реализации стратегии в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов, выявление и

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	использование резервов производства с целью достижения наибольшей эффективности работы организации ПК*-6-В-3 Определяет применение передового отечественного и зарубежного опыта в области производственного и стратегического менеджмента при выполнении организационных и управленческих процессов в предпринимательской деятельности	использование резервов производства с целью достижения наибольшей эффективности работы организации <u>Владеть:</u> передовым отечественным и зарубежным опытом в области производственного и стратегического менеджмента при выполнении организационных и управленческих процессов в предпринимательской деятельности
ПК*-7 Способен участвовать в управлении проектом или программой внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций	ПК*-7-В-1 Знает особенности проектных методов управления ПК*-7-В-2 Умеет применять методы и навыки создания нового продукта и продвижения его на рынок ПК*-7-В-3 Способен к принятию маркетинговых решений в отношении инноваций в условиях неопределенности и рисков	<u>Знать:</u> проектные методы управления <u>Уметь:</u> управлять маркетинговым проектом или программой внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций <u>Владеть:</u> проектными методами управления для внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций
ПК*-8 Способен осуществлять маркетинговые коммуникации с деловыми партнерами, использовать системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации	ПК*-8-В-1 Знает теоретические основы маркетинговых коммуникаций ПК*-8-В-2 Способен выстраивать деловые горизонтальные и вертикальные коммуникации внутри организации и за ее пределами ПК*-8-В-3 Владеет инструментарием маркетинга партнерских отношений	<u>Знать:</u> теоретические основы рекламы как инструмента маркетинговых коммуникаций с деловыми партнерами и потребителями <u>Уметь:</u> осуществлять деловые горизонтальные с партнерами и вертикальные с поставщиками, посредниками и потребителями рекламные коммуникации <u>Владеть:</u> навыками разработки рекламных обращений и организации рекламных кампаний для реализации проектов, направленных на развитие организации
ПК*-9 Способен организовывать маркетинговую и коммерческую деятельность в цифровом пространстве	ПК*-9-В-1 Способен осуществлять взаимодействие между уровнями структуры цифрового пространства ПК*-9-В-2 Владеет навыками распределения и продвижения в цифровой среде	<u>Знать:</u> основы организации маркетинговых бизнес-процессов в цифровом пространстве <u>Уметь:</u> организовывать маркетинговые бизнес-процессы и реализовывать маркетинговый раздел бизнес-плана при

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	ПК*-9-В-3 Способен управлять процессом реализации товаров и услуг в цифровой среде	принятии управленческих решений в цифровой среде <u>Владеть:</u> навыками применения маркетингового инструментария при принятии управленческих решений по организации бизнес-процессов в цифровой среде <u>Знать:</u> - особенности функционирования электронных торговых площадок в цифровом пространстве - особенности торговли в цифровом пространстве <u>Уметь:</u> - взаимодействовать с элементами электронных торговых площадок на всех уровнях структуры цифрового пространства - осуществлять процесс реализации товаров и услуг в цифровом пространстве <u>Владеть:</u> - приемами доступа и участия в электронных торгах для распределения и продвижения товаров и услуг в цифровой среде - навыками организации коммерческой деятельности в цифровом пространстве

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 15 зачетных единиц (540 академических часов).

Практика проводится в 8 семестре.

Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленные на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций

Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка системы внутреннего документооборота организации;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений;

Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).

Этапы прохождения практики

Этап 1. Организационно-ознакомительный этап.

Студент-практикант получает задание на преддипломную практику согласно выбранной теме будущей выпускной квалификационной работы. Преддипломная практика может быть стационарной или выездной.

Этап 2. Основной этап – исследовательско-практический

Данный этап подразумевает прохождение преддипломной практики на конкретном предприятии, анализ его маркетинговой деятельности и разработку рекомендаций по её совершенствованию.

В этой связи студент-практикант должен:

- 1) изучить технологическую, организационную и планово-экономическую информацию по направлению исследования, определенному в задании на выпускную квалификационную работу;
- 2) дать организационно-экономическую характеристику маркетинговой деятельности предприятия – объекта исследования - на основе изучения учредительных документов, организационной структуры предприятия, функциональных обязанностей отдела маркетинга на предприятии – объекте исследования и его места в организационной структуре предприятия, анализа его основных показателей маркетинговой деятельности за последние три года (выручки от реализации, себестоимости, прибыли, затрат на рекламу и т. п.);
- 3) дать характеристику и проанализировать систему маркетинговой информации на предприятии, описать систему маркетингового планирования и отчетности, изучить основную маркетинговую документацию и систему маркетинговых исследований на предприятии;
- 4) изучить характеристики и особенности маркетинговой макро- и микросреды исследуемого предприятия - провести PEST-анализ, SWOT-анализ, конкурентный анализ;
- 5) проанализировать маркетинговую деятельность предприятия (изучить особенности реализации инструментов расширенного комплекса маркетинга – товарной политики, ценовой политики, политики распределения, политики продвижения, особенностей построения системы клиентоориентированности на предприятии, характеристику физического окружения мест продажи и маркетинговых бизнес-процессов);

- 6) выполнить индивидуальное задание научного руководителя по теме выпускной квалификационной работы, произвести необходимые расчеты, заполнить соответствующие таблицы, сделать графические иллюстрации;
- 7) разработать рекомендации и мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия – объекта исследования;
- 8) разработать программу совершенствования инструментов расширенного комплекса маркетинга на предприятии (не менее 3 маркетинговых инструментов);

Этап 3. Этап систематизации, формализации, обработки и анализа полученной информации.

Систематизация всей собранной и проанализированной информации формализуется в отчете по преддипломной практике, который включает следующие элементы: титульный лист, индивидуальное задание на практику, рабочий график прохождения практики, содержание, введение, основная часть (2 главы: аналитическая и практическая, каждая глава состоит из 3 параграфов), заключение, приложения (при наличии), дневник практики.

5 Формы отчетной документации по итогам практики

По окончании практики студент оформляет и защищает отчет о практике, содержащий полученные результаты согласно индивидуальному заданию на практику. Защита отчета по преддипломной практике происходит в виде собеседования с помощью заранее подготовленной мультимедийной презентации, содержащей основные результаты практики. Новые научно-исследовательские, аналитические данные и расчеты по избранному тематическому направлению выпускной квалификационной работы студент-практикант может оформить в виде доклада и предложить к рассмотрению на конференции студенческого научного общества. Вид итогового контроля по преддипломной практике – дифференцированный зачет с оценкой.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

6.1 Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

1 Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.

2 Баранчев, В. П. Управление инновациями [Текст] : учебник для бакалавров: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2015. - 711 с. : ил. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Глоссарий: с. 686-703. - Библиогр.: с. 704-711. - ISBN 978-5-9916-3011-5.

3 Голик, В. С. Интернет-реклама, или Как делаются деньги в Сети [Текст] / В. С. Голик, А. И. Толкачев. - Москва : Изд-во деловой и учебной литературы, 2006. - 160 с. - Библиогр.: с. 157. - ISBN 5-94486-115-0.

4 Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Текст] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков; [Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации]. - Москва : Юрайт, 2019. - 474 с. : табл. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - На обл. и тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-3749-7.

5 Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 404 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698257> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04673-5. – Текст : электронный.

6 Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 170 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). –

Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077> (дата обращения: 25.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст : электронный.

7 Интернет-маркетинг [Текст] : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 301 с. : ил. – (Бакалавр. Академический курс). – На обл. и тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. – Библиогр.: с. 276-278. – Прил.: с. 298-301. – ISBN 978-5-534-04238-2.

8 Информационные технологии в экономике и управлении [Текст] : учебник для бакалавров / под ред. В. В. Трофимова; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2014. – 482 с. : ил. – (Бакалавр. Базовый курс). – Библиогр.: с. 478-482. – ISBN 978-5-9916-3117-4. – ISBN 978-5-9692-1485-9.

9 Калиева, О. М. Реклама в коммерческой деятельности [Текст] : учеб. пособие / О. М. Калиева, Е. П. Лухменева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". – Оренбург : Университет, 2012. – 164 с. – Библиогр.: с. 159-163. – ISBN 978-5-4417-0088-7.

10 Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 684 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621649> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03474-9. – Текст : электронный.

11 Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.06 Торговое дело, 38.03.02 Менеджмент / [О. М. Калиева и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.35 Мб). – Оренбург : ОГУ, 2017. – 193 с. – Загл. с тит. экрана. – Adobe Acrobat Reader 6.0 – ISBN 978-5-7410-1654-1. – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/35087_20170303.pdf

12 Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.06 Торговое дело, 38.03.02 Менеджмент: [в 2 ч.] / [О. М. Калиева и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". – Ч. 2. – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.16 Мб). – Оренбург : ОГУ, 2017. – 192 с. – Загл. с тит. экрана. – Adobe Acrobat Reader 6.0. – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/60113_20171205.pdf

13 Коммуникационное сопровождение проектной деятельности : учебное пособие / М. А. Илышева, И. В. Котляревская, Ю. А. Мальцева, А. Ю. Петров ; под общ. ред. И. В. Котляревской ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 91 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699037> (дата обращения: 15.03.2025). – ISBN 978-5-7996-3097-3. – Текст : электронный.

15 Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент = Marketing Management [Текст] : учебник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2012, 2015. – 814 с. – (Классический зарубежный учебник). – Парал. тит. л. англ. – Библиогр.: с. 794-799. – Указ.: с. 800-814. – ISBN 978-5-459-00841-8.

16 Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг : учебное пособие : в 2 частях / И. В. Котляревская ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – Часть 2. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699053> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-3149-9 (ч. 2). – ISBN 978-5-7996-2923-6. – Текст : электронный.

17 Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие : [16+] / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр.: с. 144-155. – ISBN 978-5-00172-088-1. – Текст : электронный.

18 Лужнова, Н. В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебник по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль "Маркетинг" / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева, М. С. Мантрова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 2.67 Мб). – Оренбург : ОГУ, 2015. – 246 с. – Загл. с тит. экрана. – Adobe Acrobat Reader 5.0. – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/9474_20160112.pdf – ISBN 978-5-7410-1395-3.

19 Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2013. - 540 с. - Крат. слов. терминов: с. 503-535. - Библиогр.: с. 536-538. - ISBN 978-5-394-01804-6.

20 Ромат, Е. В. Реклама: теория и практика [Текст] : учебник / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров. - 8-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2013. - 512 с. : ил. - (Учебник для вузов). - Библиогр. в конце разд. - Прил.: с. 477-505. - ISBN 978-5-496-00114-4.

21 Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова. - 4-е изд., стер. - Москва : Дашков и К°, 2022. - 293 с. : ил., табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403> (дата обращения: 20.03.2025). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04587-5. - Текст : электронный.

22 Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 5-е изд., стер. - Москва : Дашков и К°, 2022. - 251 с. : ил., табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684412> (дата обращения: 15.03.2025). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04575-2. - Текст : электронный.

23 Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 185 с. : ил., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 15.03.2025). - Библиогр.: с. 174. - ISBN 978-5-4499-3059-0. - Текст : электронный.

24 Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2024. - 150 с. : ил., табл., схем. - (Учебные издания для вузов). - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710146> (дата обращения: 25.04.2025). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-05571-3. - Текст : электронный.

25 <http://www.marketolog.ru> – журнал «Маркетолог»

26 <http://marketing.web-3.ru> – тематический портал о маркетинге

27 <http://obs.ru> – портал «Открытая школа бизнеса»

28 <http://www.advmarket.ru> – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»

29 <http://www.sostav.ru> – сайт о рекламе, маркетинге и PR

30 <https://azconsult.ru/blog/> - все о маркетинге для малого бизнеса и фрилансеров

31 <http://www.edu.ru> - Российское образование. Федеральный портал.

32 <http://rsl.ru/> - Российская государственная библиотека.

33 <http://www.rasl.ru> - Библиотека Академии Наук. БАН.

34 <http://www.msu.ru/libraries/> - Научная библиотека МГУ.

35 <http://hse.ru/> - Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет.

36 <http://ecsocman.hse.ru/> - Научно-образовательный портал IQ ВШЭ.

37 <http://glossary.ru/> - Служба тематических толковых словарей.

38 <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей.

39 <http://www.businesspress.ru> - статьи, пресс-релизы, новости, мероприятия, предложения, аналитика, консультации, интервью.

40 <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).

6.2 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1 Операционная система РЕД ОС

2 Пакет офисных приложений LibreOffice

3 Веб-браузер Яндекс <https://yandex.ru/>

4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition

5 Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат. Структура 4.0». - Режим доступа: <https://osu.antiplagiat.ru/>

6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). – Режим доступа: <https://osu.aistt.ru/>

7 Интернет маркетинг [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / Н.В. Лужнова, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. Дан. – Оренбург: ОГУ, 2025. – Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. - <https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=2068>

8 Университетская платформа для сопровождения процедуры проведения экзаменационных испытаний с использованием дистанционных образовательных технологий. – Режим доступа: <https://exam.osu.ru/>

9 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)

10 Профессиональная база данных, Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных организаций России, Национальный рейтинг эффективности коммуникационных агентств, Национальный рейтинг эффективности медиаагентств, Национальный рейтинг ивент-услуг, Национальный рейтинг диджитал non-медиа услуг, Рейтинг медиаагентств АКAP/Sostav. - Режим доступа: <https://www.akarussia.ru/node/9307>

11 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe>

12 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\CONSULT\cons.exe>

13 <http://edu.garant.ru/garant/study/> - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

7 Места прохождения практики

Прохождение практики предполагается на предприятиях различных форм собственности (допустимых по Закону РФ «Об образовании» и ФГОС ВО по данному направлению подготовки) согласно области (областей) профессиональной деятельности и (или) сфер (сферы) профессиональной деятельности выпускников в рамках освоения данной образовательной программы, в частности с возможностью прохождения практики в структурных подразделениях университета или на предприятиях и в организациях, с которыми у кафедры заключены долгосрочные договоры о базах практики обучающихся (ООО «Секретория», ООО «Вектор Инжиниринг»).

8 Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении стационарной практики используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

При прохождении выездной практики используется материально-техническая база профильной организации с наличием доступа в сеть Интернет и лицензионным программным обеспечением.