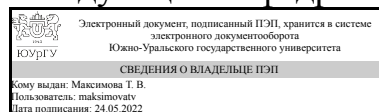


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой



Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
практики

Практика Производственная практика, научно-исследовательская работа для направления 38.04.02 Менеджмент

Уровень Магистратура

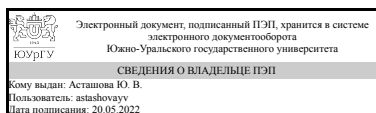
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг

форма обучения заочная

кафедра-разработчик Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент



Ю. В. Астапова

1. Общая характеристика

Вид практики

Производственная

Тип практики

научно-исследовательская работа

Форма проведения

Дискретно по видам практик

Цель практики

проведение исследований по 1 главе ВКР

Задачи практики

подготовка обзора методологических подходов

проведение анализа по теме исследования

разработка методологической части исследования (1 глава ВКР)

формулирование предварительных выводов и результатов исследования

Краткое содержание практики

НИР ориентирована на реализацию программы исследования выпускной квалификационной работы: разработку методологической части и формулировку предварительных выводов. На данном этапе НИР должны быть завершены сравнительный анализ теоретических подходов, сформулирована научная новизна и сформирована 1 глава ВКР

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Планируемые результаты освоения ОП ВО	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает: процессы и механизмы продвижения научных идей внутри научного сообщества
	Умеет: использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования
	Имеет практический опыт: представления результатов самостоятельного исследования в академической среде

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знает:положения ситуационного подхода в менеджменте, методы самоанализа
	Умеет:проводить оценку степени достижения цели и корректировать собственную деятельность и программу исследования
	Имеет практический опыт:реализации целей исследования в изменяющихся условиях
ПК-8 Способен проводить самостоятельные научные исследования в сфере маркетинга	Знает:методы и инструменты маркетингового анализа
	Умеет:осуществлять исследования в соответствии с планом, обрабатывать результаты
	Имеет практический опыт:проведения самостоятельных научных исследований в области маркетинга

3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Лидерство и командный менеджмент Иностранный язык в профессиональной деятельности Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу Учебная практика, научно-исследовательская работа (3 семестр) Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр) Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр) Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)	Производственная практика, преддипломная практика (5 семестр) Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (4 семестр) Производственная практика, научно-исследовательская работа (5 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Иностранный язык в профессиональной деятельности	Знает: - лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для осуществления письменной и устной коммуникации в профессионально-деловой и научной сферах; - основную профессиональную терминологию на иностранном языке; - правила ведения деловой корреспонденции на иностранном языке; - правила

перевода профессиональных и научных текстов; - социокультурную специфику международного профессионально-делового общения, - виды и средства современных коммуникативных технологий в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - правила и возможности применения коммуникативных технологий;- основные принципы организации деловых контактов;- методы подготовки к переговорам, межкультурные особенности и традиции;- межкультурные различия в практике письменной и устной деловой коммуникации;- формы невербальных коммуникаций;- виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления, приёмы повышения эффективности общения. - этические нормы деловых коммуникаций

Умеет: - понимать устную речь профессионально-делового характера; - участвовать в международных переговорах, дискуссии, научной беседе, выражая определенные коммуникативные намерения; продуцировать монологическое высказывание по профилю научной специальности/темы, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (графики, таблицы, диаграммы, мультимедиа презентации и т.д.); - писать деловые письма; соотносить языковые средства с нормами речевого поведения, которых придерживаются носители иностранного языка, - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов;- грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и права человека; - анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей

Имеет практический опыт: - чтения профессиональной и научной литературы в оригинале (изучающее, ознакомительное, просмотровое, поисковое), предполагающими разную степень понимания и смысловой компрессии прочитанного; - поиска и критического осмысления информации, полученной из зарубежных источников, аргументированного изложения собственной

	<p>точки зрения; - публичной речи (сообщения, презентации), - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия</p>
<p>Лидерство и командный менеджмент</p>	<p>Знает: - технологии лидерства и командообразования;- особенности и проблемы подбора эффективной команды; - условия эффективной командной работы;- теории и стили лидерства, стили руководства в зависимости от деловых ситуаций; - основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; - стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации для достижения поставленной цели, - современные тенденции развития личности, технологию поиска и формулирования жизненных целей;- технику планирования своего времени для реализации приоритетов собственной деятельности; - критерии оценки уровня организации труда и пути его рационализации; - способы совершенствования деятельности на основе самооценки;- методы диагностики и прогнозирования собственного карьерного роста в сфере профессиональной деятельности; - принципы самоорганизации личного здоровья и правила гигиены умственного труда</p> <p>Умеет: - определять стиль управления и оценивать эффективность руководства командой; - выработать командную стратегию и на ее основе организовать отбор членов команды для достижения поставленных целей;- владеть технологией реализации основных функций управления; - применять принципы и методы организации командной деятельности;- планировать и корректировать работу команды с учетом интересов, особенностей и поведения ее членов;- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, - структурировать и организовывать рабочее и личное время, формулировать жизненные цели и принимать решения, оценивать эффективность организации управленческого</p>

	<p>труда; - реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;- конструировать собственный имидж и позиционировать собственную успешность в профессиональной среде</p> <p>Имеет практический опыт: - планирования и организации работы в команде, распределения поручений и делегирования полномочий членам команды;- организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; - создания команды для выполнения практических задач разного уровня сложности; - участия в разработке стратегии командной работы; - организации коммуникаций и взаимодействия членов команды;- выявления и разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, - планирования и эффективного использования рабочего времени; - анализа эффективности использования своего времени и определения резервов его оптимизации;- самоорганизации и саморазвития</p>
<p>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p>	<p>Знает: цели и виды маркетингового исследования потребителей, подходы, методики и инструменты стратегического анализа отраслей и рынков, перспективные направления научных исследований в сфере маркетинга</p> <p>Умеет: формализовать цели и задачи на проведение маркетингового исследования, обосновывать использование методов и инструментов исследования потребителей, применять методы стратегического анализа в процессе формирования стратегии организации, определять цели, задачи и основные этапы исследования</p> <p>Имеет практический опыт: составления плана исследования потребителей и разработке письменных опросников (анкет), проведения стратегического анализа компании и оценки конкурентной среды с использованием модели 5 сил конкуренции, карты стратегических групп, выбора вторичных источников информации при проведении самостоятельного научного исследования</p>
<p>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)</p>	<p>Знает: элементы комплекса маркетинга (4P), положения современных маркетинговых концепций,, методы самооценки в профессиональной среде, основы отраслевого</p>

маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков, маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании, концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов, подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, принципы эффективной командной работы, методы оперативного контроля маркетинга

Умеет: анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", критически оценивать собственную деятельность при планировании самостоятельных исследований, определять отраслеую специфику бизнеса и обосновывать применение технологий и инструментов с учетом этой специфики, применять на практике методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков, проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса

Имеет практический опыт: проведения анализа решений предприятия по элементам комплекса маркетинга и разработки рекомендации по их развитию, определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования, обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования, оценки факторов среды косвенного воздействия (макросреды) и давать оценку влияния макросреды на положение компании, проведения анализа потребителей, конкурентного анализа, разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятия, адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения исследования, планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса

<p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)</p>	<p>Знает: инструменты апробации результатов научного исследования, формы и виды профессиональных коммуникаций, современные концепции маркетинга</p> <p>Умеет: критически оценивать собственные научные идеи, трезво воспринимать критику, использовать профессиональную терминологию в устных и письменных коммуникациях, проводить анализ и критически оценивать результаты исследования в области маркетинга, реализуемых в современной научной среде</p> <p>Имеет практический опыт: оценки уровня научных изысканий в сфере самостоятельного научного исследования, применения профессиональной терминологии при формулировании и защите результатов самостоятельного исследования, работы с информационными источниками, научного поиска</p>
<p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр)</p>	<p>Знает: элементы методологии научного исследования, формы и виды научных коммуникаций, технологии научного поиска</p> <p>Умеет: определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования, использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях, проводить сопоставлять уровень собственных научных изысканий с имеющимися научными разработками</p> <p>Имеет практический опыт: обоснования актуальности направлений исследования, определение целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования, применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования, определения и обоснования места самостоятельного научного исследования в академической среде</p>
<p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (3 семестр)</p>	<p>Знает: процессы и механизмы эффективного взаимодействия сотрудников компании в профессиональной среде, концепции системного и ситуационного анализа и предметные методы исследования в маркетинге, приемы и технологии самооценки</p> <p>Умеет: использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования, выбора и обоснования инструментов исследования, критически оценивать</p>

	<p>возможности при разработке планов исследования, определять дефицит ресурсов и формулировать цели исследования с учетом имеющихся ограничений</p> <p>Имеет практический опыт: представления результатов самостоятельного исследования в профессиональной среде, разработки структуры исследования, планирования исследования исходя из целей и задач, разработки реалистичных целей самостоятельного научного исследования</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 3, часов 108, недель 2.

5. Структура и содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Планирование научного исследования	36
2	Проведение научного исследования	36
3	Представление результатов научного исследования	36

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 04.09.2020 №301-31/182-1.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс.балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	4	Текущий	КРМ1 - Выбор	1	3	При оценивании	дифференцированный

		контроль	тематики НИР и обоснование актуальности выбранной темы			<p>результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p>	зачет
2	4	Текущий контроль	КРМ 2 - Формулировка целей и задач исследования	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл -</p>	дифференцированный зачет

						<p>выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла -</p> <p>выполнено в незначительными замечаниями 3 балла -</p> <p>выполнено в полном соответствии с требованиями</p>	
3	4	Текущий контроль	КРМ 3 - Разработка структуры отчета	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл -</p> <p>выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла -</p> <p>выполнено в незначительными замечаниями 3 балла -</p> <p>выполнено в полном соответствии с</p>	дифференцированный зачет

						требованиями	
4	4	Текущий контроль	КРМ 4 - Содержательная часть исследования: полнота и логичность	1	3	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) При оценке оценивается полнота и логичность изложения материала. Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет
5	4	Текущий контроль	КРМ 5 - Результаты по задачам исследования	1	3	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности	дифференцированный зачет

						<p>обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p>	
6	4	Текущий контроль	КРМ 6 - Итоговые выводы и результаты НИР	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2</p>	дифференцированный зачет

						балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	
7	4	Текущий контроль	КРМ 7 - Актуальность полученных результатов с точки зрения подготовки ВКР	1	3	При оценивании результатов мероприятия используется балльно- рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	дифференцированный зачет
8	4	Текущий контроль	КРМ 8 - Заполнение дневника НИР	1	3	При оценивании результатов мероприятия используется балльно- рейтинговая система оценивания результатов	дифференцированный зачет

						<p>учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p>	
9	4	Текущий контроль	КРМ 9 - Оформление отчета	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и</p>	дифференцированный зачет

						<p>достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p>	
10	4	Текущий контроль	<p>КРМ 10 - Самостоятельность проведения исследования (антиплагиат)</p>	1	2	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 2 балла: 0 балл – показатели оригинальности менее 40% 1 балла – показатель оригинальности 40 -60% 3 балла - показатель оригинальности более 60%</p>	дифференцированный зачет
11	4	Текущий контроль	<p>КРМ 11 - Соблюдение графика выполнения НИР и предоставление отчета</p>	1	2	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p>	дифференцированный зачет

						<p>Максимально оценивается в 2 балла: 0 балл – сроки сдачи нарушен более чем в 1 семестр 1 балла – отчет сдан с незначительным отклонением от графика 2 балла – отчет сдан полном соответствии с графиком</p>	
12	4	Бонус	<p>кpm 12 - Апробация результатов НИР (выступление на конференциях, публикация статей)</p>	-	7	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Оценивается не более одной статьи и одного доклада. Таким образом, суммарная максимальная оценка по КРМ может составлять 7 баллов: 1 балл – доклад на кафедральной конференции без публикации 2 балла – доклад всероссийской или международной на конференции без публикации 3 балла – статья в материалах конференции (индексация РИНЦ) 4 баллов</p>	дифференцированный зачет

						<p>– статья в российском рецензируемом издании (журналы, монографии) (индексация РИНЦ) 5 баллов</p> <p>– статья в международном рецензируемом издании (индексация scopus, WoS)</p>	
13	4	Промежуточная аттестация	КРМ 13 - Защита отчета	-	20	<p>В процессе защиты осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Защита проводится в форме собеседования с целью проверки уровня знаний, умений, приобретенного опыта, понимания студентом основных методов и законов по тематике практики, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г.</p>	дифференцированный зачет

	методы самоанализа																				
УК-6	Умеет: проводить оценку степени достижения цели и корректировать собственную деятельность и программу исследования	+								++									+	+	
УК-6	Имеет практический опыт: реализации целей исследования в изменяющихся условиях	+								++									+	+	
ПК-8	Знает: методы и инструменты маркетингового анализа	+																		+	
ПК-8	Умеет: осуществлять исследования в соответствии с планом, обрабатывать результаты	+	+	+	+	+													+	+	+
ПК-8	Имеет практический опыт: проведения самостоятельных научных исследований в области маркетинга	+		++															+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] крат. курс : пер. с англ. Ф. Котлер. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 488 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг Текст учеб. пособие Л. Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 132, [1] с.
2. Севрук, В. Т. Банковский маркетинг. - М.: Академия народного хозяйства: Дело, 1994. - 126,[2] с. ил.
3. Синяева, И. М. PR в сфере коммерции [Текст] учебник для вузов по специальности 08011 "Маркетинг" И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 296 [2] с. ил. 1 электрон. опт. диск
4. Холленсен, С. Глобальный маркетинг [Текст] учеб. пособие С. Холленсен ; пер. с англ. Е. Носова, К. Юрашкевич. - Минск: Новое знание, 2004. - 831, [1] с.
5. Чернатони, Л. де Брендинг : Как создать мощный бренд [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг", 080300 "Коммерция", 070801 "Реклама" Л. Чернатони, М. МакДональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ, 2006. - 543 с.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

1. Производственная практика, научно-исследовательская работа по направлению магистратуры «Менеджмент»: методические указания / сост. Ю.В. Асташова, Г.М.Грейз.— Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. — 27 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид	Наименование	Библиографическое описание
---	-----	--------------	----------------------------

	литературы	ресурса в электронной форме	
1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Белов, Н.А. Методические указания к выполнению магистерской диссертации: курсовые работы и проекты по направлению подготовки, научно-исследовательская работа, подготовка, оформление и защита выпускной квалификационной работы. [Электронный ресурс] / Н.А. Белов, М.В. Пикунов, С.В. Лактионов. — Электрон. дан. — М. : МИСИС, 2013. — 105 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/47415 — Загл. с экрана.
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Манн, И.Б. 77 коротких рецензий на лучшие книги по маркетингу и продажам. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 86 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/62234 — Загл. с экрана.
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Москалев, М. В. Современные концепции и технологии маркетинга : учебное пособие / М. В. Москалев, С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162894 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/173925 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Лысова, Н. А. Маркетинг территорий : учебник / Н. А. Лысова. — Москва : Проспект, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-392-28831-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/150918 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167596 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей
7	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. — ISBN 978-5-394-02354-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/105568 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
ЮУрГУ, Научная библиотека	454080, Челябинск, пр-т Ленина, 87	Основные фонды библиотеки