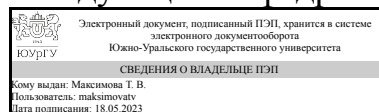


УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой



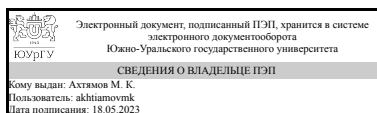
Т. В. Максимова

**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** очная  
**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,  
д.экон.н., доц., профессор



М. К. АХТЯМОВ

## 1. Общая характеристика

### Вид практики

Производственная

### Тип практики

научно-исследовательская работа

### Форма проведения

Дискретно по периодам проведения практик

### Цель практики

проведение исследований по 3 главе ВКР

### Задачи практики

- проведение анализа по теме исследование;
- разработка проектной части исследования;
- формулирование выводов и результатов исследования

### Краткое содержание практики

НИР ориентирована на реализацию программы исследования выпускной квалификационной работы: разработку проектной части и формулировку выводов

## 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 инструмент маркетингового анализа; - методологию и методику проведения научных исследований, подходы к оценке эффективности решений в области маркетинга
	Умеет:- выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования
	Имеет практический опыт:- проведения самостоятельных научных исследований в области маркетинга; - обоснования и апробации результатов самостоятельных научных исследований в сфере маркетинга

### 3. Место практики в структуре ОП ВО

<b>Перечень предшествующих дисциплин, видов работ</b>	<b>Перечень последующих дисциплин, видов работ</b>
Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу Лидерство и командный менеджмент Иностранный язык в профессиональной деятельности Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр) Учебная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр) Производственная практика (научно-исследовательская работа) (3 семестр) Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр) Учебная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр)	Производственная практика (преддипломная) (4 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	<p><b>Знает:</b> - 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., 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.</p> <p><b>Умеет:</b> - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов; - грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и прав человека; - анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей., - 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</p>

	<p>языка.</p> <p>Имеет практический опыт: - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия, - 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 точки зрения; - публичной речи (сообщения, презентации).</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</p>

	<p>организации командной деятельности;- планировать и корректировать работу, - структурировать и организовывать рабочее и личное время, формулировать жизненные цели и принимать решения, оценивать эффективность организации управленческого 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: - подходы, методики и инструменты стратегического анализа отраслей и рынков, - перспективные направления научных исследований в сфере маркетинга, - цели и виды маркетингового исследования потребителей</p> <p>Умеет: - применять методы стратегического анализа в процессе формирования стратегии организации, - определять цели, задачи и основные этапы исследования, - формировать цели и задачи проведения маркетингового исследования, обосновывать использование методов и инструментов исследования потребителей</p> <p>Имеет практический опыт: - проведения стратегического анализа компании и оценки конкурентной среды с использованием различных моделей и методов, - выбора вторичных источников информации при проведении самостоятельного научного исследования, - составления плана исследования потребителей и</p>

<p>Производственная практика (научно-исследовательская работа) (3 семестр)</p>	<p>разработки письменных опросников (анкет)</p> <p>Знает: - инструменты апробации результатов научного исследования, - процессы и механизмы эффективного взаимодействия сотрудников компании в профессиональной среде, - концепции системного и ситуационного анализа и предметные методы исследования в маркетинге</p> <p>Умеет: - критически оценивать собственные научные идеи, трезво воспринимать критику, - использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования, - выбора и обоснования инструментов исследования</p> <p>Имеет практический опыт: - оценки уровня научных изысканий в сфере самостоятельного научного исследования, - представления результатов самостоятельного исследования в профессиональной среде, - разработки структуры исследования, планирования исследования исходя из целей и задач</p>
<p>Учебная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр)</p>	<p>Знает: - методы самооценки в профессиональной среде, - формы и виды научных коммуникаций, - элементы методологии научного исследования</p> <p>Умеет: - критически оценивать собственную деятельности при планировании самостоятельных исследований, - использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях, - определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования</p> <p>Имеет практический опыт: - определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования, - применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования, - обоснования актуальности направлений исследования, определения целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования</p>
<p>Учебная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр)</p>	<p>Знает: - формы и виды профессиональных коммуникаций, - приемы и технологии самооценки, - современные концепции маркетинга</p> <p>Умеет: - использовать профессиональную терминологию в устных и письменных коммуникациях, - критически оценивать возможности при разработке планов исследования, определять дефицит ресурсов и формулировать</p>

	<p>цели исследования с учетом имеющихся ограничений, - проводить анализ и критически оценивать результаты исследований в области маркетинга, реализуемых в современной научной среде</p> <p>Имеет практический опыт: - применения профессиональной терминологии при формулировании и защите результатов самостоятельного исследования, - разработки реалистичных целей самостоятельного научного исследования, - работы с информационными источниками, научного поиска</p>
<p>Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)</p>	<p>Знает: - подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, - принципы эффективной командной работы, - технологии личностного и профессионального роста, - основы отраслевого маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков, маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании, - методы оперативного контроля маркетинга, - элементы комплекса маркетинга (4P), положения современных маркетинговых концепций, - концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов</p> <p>Умеет: - проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, - работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, - эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений, - определять отраслевую специфику бизнеса и обосновывать применение технологий и инструментов с учетом этой специфики, - оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", - применять методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков</p> <p>Имеет практический опыт: - разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятия, - адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения</p>



	<p>исследования, - эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования, - обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования, - планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - проведения анализа решений предприятия по элементам комплекса маркетинга и разработки рекомендации по их развитию, - оценки факторов среды косвенного воздействия (макросреды), оценки влияния макросреды на положение компании, проведения анализа потребителей, конкурентного анализа</p>
<p>Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр)</p>	<p>Знает: - технологии самоменеджмента, - методы ситуационного анализа в маркетинге, - концепции организационных полномочий и делегирования, - отраслевую специфику маркетинговой деятельности, - методы стратегического и оперативного контроля маркетинга, - концепции расширенного комплекса маркетинга, - методики анализа рынков, инструменты стратегического анализа</p> <p>Умеет: - планировать рабочее время, определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки, - обобщать и оценивать результаты самостоятельных исследований, - выстраивать эффективные взаимосвязи в коллективе, - обосновывать применение современных маркетинговых технологий, осуществлять выбор методов управления маркетингом с учетом специфики отрасли, рынка или сферы деятельности предприятия, - проводить мониторинг маркетинговой деятельности предприятия, - обосновывать применение концепций "маркетинг-микс" с учетом специфики деятельности компании, - определять потребности и направления проведения маркетингового анализа рынка на конкретном предприятии</p> <p>Имеет практический опыт: - разработки реалистичных планов исследования, согласованных с имеющимися возможностями, - анализа маркетинговой деятельности предприятия, выявления проблем и разработки мероприятий по решению проблем, - эффективного взаимодействия с коллективом предприятия в</p>



1	4	Текущий контроль	КРМ1 - Выбор тематики НИР и обоснование актуальности выбранной темы	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 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
2	4	Текущий контроль	КРМ 2 - Формулировка целей и задач исследования	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 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
3	4	Текущий контроль	КРМ 3 - Разработка структуры отчета	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в	дифференцированный зачет

						<p>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>	
4	4	Текущий контроль	<p>КРМ 4 - Содержательная часть исследования: полнота и логичность</p>	1	3	<p>Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не сделано; 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>	дифференцированный зачет
5	4	Текущий контроль	<p>КРМ 5 - Результаты по задачам исследования</p>	1	3	<p>Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла -</p>	дифференцированный зачет

						выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	
6	4	Текущий контроль	КРМ 6 - Итоговые выводы и результаты НИР	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 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
7	4	Текущий контроль	КРМ 7 Актуальность полученных результатов с точки зрения подготовки ВКР	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 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	Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не сделано; 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
9	4	Текущий контроль	КРМ 9 - Оформление отчета	1	3	Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по оформлению 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями по оформлению; 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями по оформлению отчета	дифференцированный зачет
10	4	Текущий контроль	КРМ 10 - Самостоятельность проведения исследования (антиплагиат)	1	2	Максимально оценивается в 2 балла: 0 балл – показатели оригинальности менее 40% 1 балла – показатель оригинальности 40 -60% 2 балла -	дифференцированный зачет

						показатель оригинальности более 60%	
11	4	Текущий контроль	КРМ 11 - Соблюдение графика выполнения НИР и предоставление отчета	1	2	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	дифференцированный зачет
12	4	Текущий контроль	КРМ 12 - Апробация результатов НИР (выступление на конференциях, публикация статей)	1	7	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 конференции без публикации 3 балла – статья в материалах конференции (индексация РИНЦ) 4 баллов – статья в российском рецензируемом издании (журналы, монографии) (индексация РИНЦ) 5 баллов – статья в международном рецензируемом издании (индексация	дифференцированный зачет

						scopus, WoS)	
13	4	Промежуточная аттестация	КРМ 13 - Защита отчета	-	20	Максимально оценивается в 20 баллов, по 2 балла за каждый из 10 вопросов (2 балла – ответ полный, 1 балл – ответ не обоснован, 0 баллов – нет ответа):	дифференцированный зачет

## 7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

На защите заслушивается доклад (не более 5 минут) студента по результатам практики. Структура доклада должна соответствовать следующим вопросам: 1. Какие теоретические концепции были Вами изучены в рамках прохождения практики? В чем их актуальность? 2. В каких направлениях существующие концепции и подходы нуждаются в дальнейшей разработке? 3. В чем актуальность Вашего исследования? 4. Какие информационные источники Вы использовали в качестве информационной базы своего исследования? 5. Как Вы определили цель и задачи исследования? 6. Какие исследования были проведены Вами?

Охарактеризуйте используемые методы. 7. Каких результатов Вы достигли в результате прохождения практики? 8. Насколько эти результаты применимы для подготовки ВКР? 9. Удалось ли достичь тех результатов практики, которые планировались? Достигнута ли цель? (обоснуйте) 10. Каким образом, Вы видите дальнейшую работу над ВКР? Какие исследования и данные Вам необходимы для работы? На дифференцированном зачете происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который дифференцируется в оценку и проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 %  
Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 %

Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 %

Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %.

## 7.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
УК-4	Знает: - процессы и механизмы продвижения научных идей внутри научного сообщества														+
УК-4	Умеет: - использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования	+		+	+	+		+	+					+	+
УК-4	Имеет практический опыт: - представления результатов самостоятельного исследования в академической среде					+		+	+					+	+
УК-6	Знает: - положения ситуационного подхода в менеджменте, 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 инструмент маркетингового анализа; - методологию и методику проведения научных исследований, подходы к оценке эффективности решений в области маркетинга	+																	+	+
ПК-8	Умеет: - выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования	+																	+	+
ПК-8	Имеет практический опыт: - проведения самостоятельных научных исследований в области маркетинга; - обоснования и апробации результатов самостоятельных научных исследований в сфере 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. Маркетинг менеджмент : Экспресс-курс [Текст] Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. И. Малковой. - 3-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2010. - 479 с. ил.

#### б) дополнительная литература:

1. Холленсен, С. Глобальный маркетинг [Текст] учеб. пособие С. Холленсен ; пер. с англ. Е. Носова, К. Юрашкевич. - Минск: Новое знание, 2004. - 831, [1] с.
2. Панкрухин, А. П. Маркетинг [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг" А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. - 5-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2007. - 654, [1] с.

#### из них методические указания для самостоятельной работы студента:

1. Professional internship, research work / Производственная практика, научно-исследовательская работа: methodological guidelines (методические указания) / составители Демченко А.И., Ахтямов М.К. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022.

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
---	----------------	--	----------------------------

1	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. <a href="https://e.lanbook.com/book/167596">https://e.lanbook.com/book/167596</a>
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. <a href="http://e.lanbook.com/book/62234">http://e.lanbook.com/book/62234</a>
3	Журналы	eLIBRARY.RU	Короткова, Т. Л. Место и роль курса "Методы исследований в менеджменте" в подготовке магистра / Т. Л. Короткова // Современные технологии управления. — 2012. — № 3(15). — С. 24-31. <a href="https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292">https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292</a>
4	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. <a href="https://e.lanbook.com/book/150918">https://e.lanbook.com/book/150918</a>
5	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: <a href="http://e.lanbook.com/book/47415">http://e.lanbook.com/book/47415</a> — Загл. с экрана.
6	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. <a href="https://urait.ru/bcode/492628">https://urait.ru/bcode/492628</a>
7	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. <a href="https://urait.ru/bcode/489446">https://urait.ru/bcode/489446</a>
8	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Соклакова, И. В. Стратегический менеджмент: российский и зарубежный опыт : монография / И. В. Соклакова, М. С. Санталова, А. В. Борщева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 246 с. — ISBN 978-5-394-04453-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/173995">https://e.lanbook.com/book/173995</a>
9	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики : монография / под редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 352 с. — ISBN 978-5-394-04291-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/173973">https://e.lanbook.com/book/173973</a>
10	Журналы	eLIBRARY.RU	Маркетинг в России и за рубежом <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819</a>
11	Журналы	eLIBRARY.RU	Маркетинг и маркетинговые исследования <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303</a>

12	Журналы	eLIBRARY.RU	ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. JOURNAL <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843</a>
13	Журналы	eLIBRARY.RU	ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794</a>

## 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
Кафедра "Менеджмент", ЮУрГУ	454080, Челябинск, проспект Ленина, 76	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет