АННОТАЦИЯ

практики производственной

Б2.П.В.1 «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА»

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр.

Профиль – Маркетинг в цифровой среде.

**1. Вид практики, способы и формы ее проведения**

Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 2 «Практика» и является обязательной.

Тип практики – технологическая*.*

Способ проведения практики – стационарная.

Практика проводится дискретно по видам практик или по периодам проведения практик.

**2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики**

Проведение практики направлено на практическую подготовку обучающегося к будущей профессиональной деятельности. Практическая подготовка осуществляется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции (части компетенций) по профилю образовательной программы.

Прохождение практики направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | Индикатор компетенции |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.3.1. Владеет навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ |
| ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | ПК-3.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах |
| ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | ПК-4.3.1. Владеет навыками разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИПК-4.3.2. Владеет навыками по организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИПК-4.3.4. Владеет навыками анализа эффективности продвижения продукции СМИ |
| ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.3.1. Владеет навыками проведения исследований веб-сайтов конкурентов |
| ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-7.3.1. Владеет навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"ПК-7.3.2. Владеет навыками анализа тенденции изменения спроса |

**3. Объем практики и ее продолжительность**

Практика проводится концентрировано.

Объем практики – 6 зачетных единиц (216 час., 4 нед.)

Практические занятия – 2 часа

Самостоятельная работа – 210 часов

Контроль – 4 часа

Форма контроля знаний - зачет.