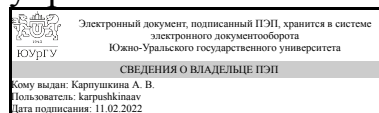


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА практики

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

Уровень Магистратура

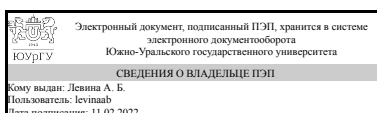
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг

форма обучения очная

кафедра-разработчик Менеджмент

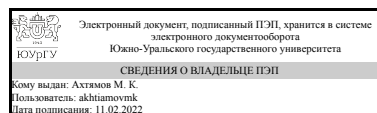
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

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

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

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для

прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Лидерство и командный менеджмент	<p>Знает: - 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, - 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</p> <p>Умеет: - 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, - определять стиль управления и оценивать эффективность руководства командой; - вырабатывать 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</p>

	<p>при деловом общении на основе учета интересов всех сторон</p> <p>Имеет практический опыт: - планирования и эффективного использования рабочего времени; - анализа эффективности использования своего времени и определения резервов его оптимизации;- самоорганизации и саморазвития, - 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</p>
<p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: - 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>Умеет: - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов;- грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного</p>

	<p>взаимодействия; - соблюдать этические нормы и права 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 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>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p>	<p>Знает: - перспективные направления научных исследований в сфере маркетинга, - цели и виды маркетингового исследования потребителей, - подходы, методики и инструменты стратегического анализа отраслей и рынков</p> <p>Умеет: - определять цели, задачи и основные этапы исследования, - формировать цели и задачи проведения маркетингового исследования, обосновывать использование методов и инструментов исследования потребителей, - применять методы стратегического анализа в процессе формирования стратегии организации</p> <p>Имеет практический опыт: - выбора вторичных источников информации при проведении самостоятельного научного исследования, - составления плана исследования потребителей и</p>

	<p>разработки письменных опросников (анкет), - проведения стратегического анализа компании и оценки конкурентной среды с использованием различных моделей и методов</p>
<p>Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (2 семестр)</p>	<p>Знает: - методики анализа рынков, инструменты стратегического анализа , - концепции организационных полномочий и делегирования, - методы ситуационного анализа в маркетинге, - методы стратегического и оперативного контроля маркетинга, - технологии самоменеджмента, - концепции расширенного комплекса маркетинга, - отраслевую специфику маркетинговой деятельности</p> <p>Умеет: - определять потребности и направления проведения маркетингового анализа рынка на конкретном предприятии, - выстраивать эффективные взаимосвязи в коллективе, - обобщать и оценивать результаты самостоятельных исследований, - проводить мониторинг маркетинговой деятельности предприятия, - планировать рабочее время, определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки, - обосновывать применение концепций "маркетинг-микс" с учетом специфики деятельности компании, - обосновывать применение современных маркетинговых технологий, осуществлять выбор методов управления маркетингом с учетом специфики отрасли, рынка или сферы деятельности предприятия</p> <p>Имеет практический опыт: - планирования и проведения исследований рынка в рамках тематики самостоятельного научного исследования, - эффективного взаимодействия с коллективом предприятия в рамках проведения исследования, - анализа маркетинговой деятельности предприятия, выявления проблем и разработки мероприятий по решению проблем, - разработки и обоснования мероприятий, направленных на совершенствование отдельных маркетинговых функций, - разработки реалистичных планов исследования, согласованных с имеющимися возможностями, - разработки решений в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения предприятия, - проведения маркетингового анализа предприятия с учетом</p>

	специфики отрасли, рынка и сферы деятельности
<p>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)</p>	<p>Знает: - технологии личностного и профессионального роста, - элементы комплекса маркетинга (4P), положения современных маркетинговых концепций, - концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов, - методы оперативного контроля маркетинга, - подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, - принципы эффективной командной работы, - основы отраслевого маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков, маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании</p> <p>Умеет: - эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений, - анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", - применять методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков, - оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, - работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, - определять отраслевую специфику бизнеса и обосновывать применение технологий и инструментов с учетом этой специфики</p> <p>Имеет практический опыт: - эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования, - 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, - планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования</p>

	<p>маркетинговой деятельности предприятия, - адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения исследования, - обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования</p>
<p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)</p>	<p>Знает: - приемы и технологии самооценки, - современные концепции маркетинга, - формы и виды профессиональных коммуникаций Умеет: - критически оценивать возможности при разработке планов исследования, определять дефицит ресурсов и формулировать цели исследования с учетом имеющихся ограничений, - проводить анализ и критически оценивать результаты исследований в области маркетинга, реализуемых в современной научной среде, - использовать профессиональную терминологию в устных и письменных коммуникациях Имеет практический опыт: - разработки реалистичных целей самостоятельного научного исследования, - работы с информационными источниками, научного поиска, - применения профессиональной терминологии при формулировании и защите результатов самостоятельного исследования</p>
<p>Производственная практика, научно-исследовательская работа (3 семестр)</p>	<p>Знает: - процессы и механизмы эффективного взаимодействия сотрудников компании в профессиональной среде, - инструменты апробации результатов научного исследования, - концепции системного и ситуационного анализа и предметные методы исследования в маркетинге Умеет: - использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования, - критически оценивать собственные научные идеи, трезво воспринимать критику, - выбора и обоснования инструментов исследования Имеет практический опыт: - представления результатов самостоятельного исследования в профессиональной среде, - оценки уровня научных изысканий в сфере самостоятельного научного исследования, - разработки структуры исследования, планирования исследования исходя из целей и задач</p>
<p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр)</p>	<p>Знает: - элементы методологии научного исследования, - методы самооценки в профессиональной среде, - формы и виды научных коммуникаций</p>

	<p>Умеет: - определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования, - критически оценивать собственную деятельность при планировании самостоятельных исследований, - использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях</p> <p>Имеет практический опыт: - обоснования актуальности направлений исследования, определения целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования, - определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования, - применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования</p>
--	--

4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 12.

5. Содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Планирование научного исследования	36
2	Проведение научного исследования	120
3	Представление результатов научного исследования	60

6. Формы отчетности по практике

По окончанию 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 01.09.2021 №301-31/231-1.

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 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 -	дифференцированный зачет

						<p>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</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</p>	дифференцированный зачет

						содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - 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	дифференцированный зачет

						балла - выполнено в полном соответствии с требованиями	
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	дифференцированный зачет

						<p>менее 40% 1 балла – показатель оригинальности 40 -60% 2 балла - показатель оригинальности более 60%</p>	
11	4	Текущий контроль	КРМ 11 - Соблюдение графика выполнения НИР и предоставление отчета	1	2	<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 в полном соответствии с графиком</p>	дифференцированный зачет
12	4	Текущий контроль	КРМ 12 - Апробация результатов НИР (выступление на конференциях, публикация статей)	1	7	<p>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</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 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	+	+	+	+	+													+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному 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.
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Текст] учебник для вузов по направлению "Экономика" и экон. специальностям Т. П. Данько. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 362, [1] с. ил.
3. Синяева, И. М. Управление маркетингом [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг" И. М. Синяева, В. В. Синяев, В. М. Маслова ; под ред. И. М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник, 2014. - 414, [2] 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. Маркетинг территорий [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова ; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2016. - 262 с. ил.
3. 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. https://e.lanbook.com/book/167596
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. http://e.lanbook.com/book/62234
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. https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292
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. https://e.lanbook.com/book/150918
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: http://e.lanbook.com/book/47415 — 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. https://urait.ru/bcode/492628
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. https://urait.ru/bcode/489446
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. https://e.lanbook.com/book/173995
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. https://e.lanbook.com/book/173973
10	Журналы	eLIBRARY.RU	Маркетинг в России и за рубежом https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819
11	Журналы	eLIBRARY.RU	Маркетинг и маркетинговые исследования https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303
12	Журналы	eLIBRARY.RU	ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. JOURNAL https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843
13	Журналы	eLIBRARY.RU	ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794

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:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

10. Материально-техническое обеспечение практики

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