

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
Высшая школа экономики и
управления

И. П. Савельева
23.08.2017

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
практики
к ОП ВО от 28.06.2017 №007-03-1005

Практика Производственная практика
для направления 38.04.02 Менеджмент
Уровень магистр **Тип программы**
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг
форма обучения очная
кафедра-разработчик Маркетинг

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 30.03.2015 № 322

Зав.кафедрой разработчика,
д.экон.н., проф.
(ученая степень, ученое звание)

26.05.2017
(подпись)

И. Ю. Окольнішнікова

Разработчик программы,
к.экон.н., доцент
(ученая степень, ученое звание,
должность)

26.05.2017
(подпись)

И. М. Цало

1. Общая характеристика

Вид практики

Производственная

Способ проведения

Стационарная или выездная

Тип практики

практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Форма проведения

Дискретная

Цель практики

Целью практик ставится последовательное ознакомление и подготовка к трудовой деятельности непосредственно на предприятии и на будущем рабочем месте специалиста, приобретение необходимых навыков по специальности для планомерного перехода от обучения в вузе к непосредственной трудовой деятельности на предприятии.

Целью производственной практики является:

- закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин в производственных условиях;
- получение практических навыков по менеджменту (маркетингу).

Задачи практики

- ознакомление с особенностями деятельности организации и ее структурных подразделений для закрепления знаний, полученных по общепрофессиональным дисциплинам;
- выработка практических навыков анализа деятельности организации в области маркетинговой деятельности;
- разработка методических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности;
- формирование практических навыков маркетингового анализа и исследований;
- выработка навыков проведения прикладной научно-исследовательской работы в пределах задания практики;
- ознакомление с офисными компьютерными программами;
- выработка умения оформлять документы, регламентирующие деятельность организации в сфере маркетинга.

Краткое содержание практики

В процессе обучения студент закрепляет и дополняет теоретические знания практическими навыками, которые получает при прохождении практики. Целью практики ставится последовательное обучение и подготовка к трудовой деятельности непосредственно на предприятии и на будущем рабочем месте специалиста, приобретение необходимых навыков по специальности для планомерного перехода от обучения в вузе к непосредственной трудовой деятельности на предприятии. Производственная практика завершается защитой отчета. Отчет о прохождении практики составляется студентом в течение всего срока практики, проверяется руководителем практики от предприятия, который дает краткий отзыв о работе студента.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики (ЗУНы)
<p>ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основные научные методы руководства коллективом; нормы и принципы современного управления, основные культурные требования к социальным группам и коллективам.</p>
	<p>Уметь: выбирать знания и умения, способствующие саморазвитию и повышению квалификации; соотносить индивидуальные знания и умения с социальными потребностями и тенденциями развития науки; выбирать и воспользоваться соответствующей методикой и методологией организации трудовых процессов в профессиональной сфере деятельности.</p>
	<p>Владеть: методикой и методологией проведения научных исследований в профессиональной сфере, навыками реализации современных методов исследования в области экономики; приемами и технологиями саморегуляции, саморазвития и самообразования; навыками самостоятельной исследовательской работы; формами организации коллективов, направленной на профессиональное самосовершенствование.</p>
<p>ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знать: современные стили и модели управления сотрудниками; инновационные подходы управления организациями</p>
	<p>Уметь: применять современные методы</p>

	руководства на различных иерархических уровнях управления
	Владеть:навыками управленческой деятельности в различных сферах экономики на международном рынке посредством производных инструментов
ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать:способы подготовки аналитических материалов для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на международном уровне
	Уметь:оценивать последствия применения разработанных мер экономической политики с применением современного математического инструментария для решения содержательных задач
	Владеть:навыками самостоятельного принятия стратегических решений с целью управления корпоративными финансами для стратегических целей
ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать:методы и инструменты проведения экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
	Уметь:выделять актуальные и перспективные направления управления; прогнозировать изменения внешних условий, влияющих на деятельность организации
	Владеть:методикой построения моделей экономических систем для решения задач анализа и прогнозирования успешного управления
ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать:методы представления информации научному сообществу
	Уметь:сформулировать и представить результаты проведенного научного исследования, вести публичную дискуссию на иностранном языке
	Владеть:навыками публичной и научной речи, в том числе на иностранном языке на иностранном языке
ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать:методологию научных исследований
	Уметь:использовать методологию научного исследования, проводить самостоятельные исследования с применением современных информационных технологий

Владеть:навыками самостоятельной исследовательской работы, методами сбора и обработки исходной информации в области инновационного менеджмента

3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
<p>В.1.06 Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p> <p>В.1.02 Методы исследования рынков и маркетинговый анализ</p> <p>Б.1.05 Методы исследований в менеджменте</p>	<p>ДВ.1.05.01 Маркетинговое планирование</p> <p>В.1.04 Маркетинговые факторы результативности бизнеса</p> <p>ДВ.1.05.02 Стратегическое планирование в маркетинговой деятельности</p> <p>В.1.07 Маркетинговый анализ в отраслях и сферах</p> <p>ДВ.1.02.02 Контроль маркетинговой деятельности</p> <p>ДВ.1.02.01 Маркетинговый и управленческий консалтинг</p> <p>В.1.09 Сбытовые стратегии в маркетинге</p>

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

Дисциплина	Требования
В.1.02 Методы исследования рынков и маркетинговый анализ	<p>Знать: методы маркетинговых исследований для организаций всех форм собственности; принципы и методы сбора маркетинговой информации для принятия управленческих решений.</p> <p>Уметь: анализировать результаты маркетинговых исследований и наглядно представлять их; структурировать цели, задачи и технологии проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Владеть: инструментами полевых и камеральных исследований маркетинговой среды; алгоритмом составления плана исследования маркетинговой среды.</p>
Б.1.05 Методы исследований в менеджменте	<p>Знать: основные этапы проведения исследования организации; основные методы анализа поведения экономических агентов в бизнес-среде.</p> <p>Уметь: формулировать цель и задачи исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость исследуемой проблемы; осуществлять выбор необходимых методов исследования.</p> <p>Владеть: навыками критической оценки</p>

	результатов исследования; навыками представления результатов проведенного исследования научному сообществу.
В.1.06 Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу	Знать: современные подходы к организации стратегического маркетинга. Уметь: разрабатывать план стратегического развития предприятия в сфере маркетинга с использованием современных технологий и подходов. Владеть: современными методиками построения маркетинговой деятельности, навыками построения стратегии маркетинга в организации.

4. Время проведения практики

Время проведения практики (номер уч. недели в соответствии с графиком) с 46 по 47

5. Структура практики

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

№ раздела (этапа)	Наименование разделов (этапов) практики	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Подготовительный этап	6	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
2	Общая характеристика предприятия	25	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
6	Отчетный этап	2	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
3	Исследование деятельности службы маркетинга.	25	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
4	Анализ внутренней и внешней среды предприятия	25	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
5	Аудит результативности маркетинга на исследуемом предприятии.	25	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике

6. Содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Организационное собрание. Инструктаж по технике безопасности	6
2	Сбор, обработка и систематизация информации о предприятии.	25

	Дается краткое описание предприятия: название; форма собственности; вид деятельности; географические границы и структура целевого рынка; наиболее значимые сегменты. Рассчитываются основные показатели деятельности компании: занимаемая доля рынка; объемы производства и реализации; финансовые показатели; среднесписочная численность.	
3	Отражение аспектов деятельности службы маркетинга в отчете. Отработка методик SWOT-анализ; управления товарной политикой; управление ценовой политикой; управление системой распределения; управление системой продвижения.	25
4	Анализ макросреды: STEP-анализ; отраслевой анализ. Анализ микросреды: состав и структура потребителей, особенности их поведения на рынке, объемы, структура и периодичность закупок, характер потребления; состав и деятельность основных конкурентов, включая распределение рыночных долей, оценку интенсивности конкуренции, измерение и сопоставление конкурентоспособности предлагаемой продукции, используемых маркетинговых приемов и стратегий конкуренции; состав и структура поставщиков и посредников, особенности их взаимодействия с производителями (продавцами) продукции). Анализ внутренней среды предприятия на основе SNW-анализа.	25
5	Выявление существующих факторов и их тщательный анализ; поиск приемлемого решения для получения упущенных выгод от нереализованных маркетинговых действий или от отсутствия маркетинговой стратегии фирмы; составление плана действий по реализации принятой маркетинговой стратегии фирмы.	25
6	Проводится защита отчета по практике в рамках дифференцированного зачета	2

7. 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 26.09.2016 №3/1.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Форма итогового контроля – оценка.

8.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Вид контроля
--------------------------------	---	--------------

Подготовительный этап	ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
Отчетный этап	ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
Общая характеристика предприятия	ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
Исследование деятельности службы маркетинга.	ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
Анализ внутренней и внешней среды предприятия	ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
Аудит результативности маркетинга на исследуемом предприятии.	ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Проверка дневника практики, проверка отчета по практике
Все разделы	ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по	Дифференцированный зачет

	результатам их применения	
Все разделы	ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Дифференцированный зачет
Все разделы	ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Дифференцированный зачет

8.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Дифференцированный зачет	Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по практике в последний день практики в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса. На зачет студент представляет полностью оформленный отчет по практике и дневник практики, подписанный руководителем практики. Студент отвечает на вопросы по темам, представленным в отчете. При неправильном или не полном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или дополнительные вопросы.	Отлично: Оценка «отлично» выставляется, если все разделы отчета выполнены в соответствии с методическими требованиями, студент дал развернутые ответы на вопросы по отчету. Хорошо: Оценка «хорошо» выставляется, если все разделы отчета выполнены в соответствии с методическими требованиями, студент не смог дать развернутые ответы на вопросы по отчету. Удовлетворительно: Оценка «удовлетворительно» выставляется, если все отчет выполнен с допустимыми не соответствиями с методическими требованиями (не полное раскрытие элементов отчета), студент дал развернутые ответы на

		вопросы по отчету. Неудовлетворительно: Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если отсутствует отчет о прохождении практики.
Проверка дневника практики, проверка отчета по практике	На организационном собрании студентам выдается задание на практику, определяется график консультаций у руководителя практики, оформляются необходимые документы, проводится инструктаж по технике безопасности. Со студентами обсуждается структура дневника практики, структура отчёта по практике, руководитель практики знакомит с основными разделами отчета, формулирует требования к написанию отчета, определяет даты и время представления дневника практики и отчета по практике студентами для текущего контроля. Оценка работы студента на соответствие оцениваемой компетенции в соответствии с планом выполнения практики.	Зачтено: Выполненные задания. Дневник практики заполняется регулярно и представляется на проверку своевременно. Все разделы отчета заполнены правильно, в полном объеме. Работа студента раскрывает оцениваемую компетенцию и соответствует плану выполнения практики Не зачтено: Имеющиеся нарушения в оформлении отчета по практике, либо за несвоевременное представление дневника практики. В этом случае дневник, либо отчет возвращается студенту на доработку. Работа студента не раскрывает оцениваемую компетенцию и не соответствует плану выполнения практики

8.3. Примерный перечень индивидуальных заданий

1. Анализ фирменного стиля предприятия – базы практики
2. Анализ рекламной деятельности предприятия
3. Исследование каналов маркетинговой коммуникации предприятия – базы практики.
4. Конкурентный анализ отрасли предприятия – базы практики.
5. Маркетинговое исследование положения на рынке деятельности предприятия – базы практики.
6. Организации и управления рекламной деятельностью предприятия – базы практики.
7. Проведение анализа маркетинговой стратегии предприятия – базы практики
8. Проведение стратегического анализа предприятия – базы практики
9. Проведение стратегического анализа предприятия – базы практики

10. Разработка рекламной кампании предприятия – базы практики.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Варенцова, И. Е. Маркетинговые исследования Текст учеб. пособие по практ. занятиям по направлению "Менеджмент" И. Е. Варенцов ; под ред. И. П. Савельевой ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 51, [1] с. электрон. версия
2. Трофименко, Е. Ю. Маркетинг Текст метод. указания по практ. занятиям для направления 080200.62 "Менеджмент" Е. Ю. Трофименко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия
3. Черненко, А. Ф. Теория анализа экономического потенциала организации Текст учеб. пособие по экон. направлениям А. Ф. Черненко, Ю. В. Боровкова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 42, [1] с. электрон. версия
4. Асташова, Ю. В. Стратегический менеджмент Текст учеб. пособие по выполнению курсовой работы Ю. В. Асташова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 74, [1] с. ил. электрон. версия

б) дополнительная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика Текст учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с.
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования Текст учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям А. В. Коротков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики (МЭСИ). - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014. - 595, [1] с. ил.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

1. Производственная практика по направлению 38.04.02 «Менеджмент» программа «Стратегический и инновационный маркетинг»: методические указания по производственной практике / составитель И.М. Цало. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. – 23 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
---	----------------	-------------------------	--	---

1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Учебная практика по направлению 38.04.02 «Менеджмент» программа «Стратегический и инновационный маркетинг»: методические указания по учебно-ознакомительной практике / составитель И.М. Цало. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. – 23 с.	Учебно-методические материалы кафедры	ЛокальнаяСеть / Авторизованный
2	Основная литература	Варенцова, И. Е. Маркетинговые исследования Текст учеб. пособие по практ. занятиям по направлению "Менеджмент" И. Е. Варенцов ; под ред. И. П. Савельевой ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 51, [1] с. электрон. версия	Электронный каталог ЮУрГУ	ЛокальнаяСеть / Свободный
3	Основная литература	Трофименко, Е. Ю. Маркетинг Текст метод. указания по практ. занятиям для направления 080200.62 "Менеджмент" Е. Ю. Трофименко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия	Электронный каталог ЮУрГУ	ЛокальнаяСеть / Свободный
4	Основная литература	Черненко, А. Ф. Теория анализа экономического потенциала организации Текст учеб. пособие по экон. направлениям А. Ф. Черненко, Ю. В. Боровкова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 42, [1] с. электрон. версия	Электронный каталог ЮУрГУ	ЛокальнаяСеть / Свободный
5	Основная литература	Асташова, Ю. В. Стратегический менеджмент Текст учеб. пособие по выполнению курсовой работы Ю. В. Асташова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 74, [1] с. ил. электрон. версия	Электронный каталог ЮУрГУ	ЛокальнаяСеть / Свободный
6	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Производственная практика по направлению 38.04.02 «Менеджмент» программа «Стратегический и инновационный маркетинг»: методические указания по производственной практике / составитель И.М. Цало. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. – 23 с.	Учебно-методические материалы кафедры	ЛокальнаяСеть / Авторизованный

10. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс(31.07.2017)
2. -Гарант(31.12.2017)

11. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
ЗАО "Маркетинговый Центр АС "Теплострой"	454081, Челябинск, Героев Танкограда, 51п	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
Агентство Социологических и Маркетинговых Исследований "АСМИ"	454111, Челябинск, Куйбышева, 3	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ООО Маркетинг Консалтинг групп	454000, г.Челябинск, Свердловский пр-т, 2, 508	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
Исследовательский Центр Маркетинга и Социологии "МарС"	454092, Челябинск, Энтузиастов, 12 офис.603	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ООО Маркетинговая компания "Lite-group"	454021, г.Челябинск, Васенко, 63, оф.217	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ЗАО Типография Автограф	454091, г. Челябинск, ул.	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего

	Постышева, 2	электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ООО "УралМаркетИнвест"	454080, г.Челябинск, пр.Ленина, 83-б, 2 эт.	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ООО "Армада - Наружная реклама"	454048, г.Челябинск, Елькина, 92-в	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ООО Креатив-Дизайн	454000, г. Челябинск, ул. Героев Танкограда, 21 Б	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет
ООО "Стратегии устойчивого развития"	454091, Челябинск, пр. Ленина 55а, офис 1105/2	Компьютерная и копировальная техника, программы внутреннего электронного документооборота, базы данных и тематические ресурсы внутренней сети предприятия и сети интернет