

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тамбовский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «ТГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института экономики и
качества жизни

_____ Р.Р. Толстяков
«13» _____ февраля _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.01.01(У) Ознакомительная практика

(шифр и наименование практики в соответствии с утвержденным учебным планом подготовки)

Направление

43.03.01 Сервис

(шифр и наименование)

Профиль

Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика

(наименование профиля образовательной программы)

Формы обучения:

заочная

Кафедра:

Коммерция и бизнес-информатика

(наименование кафедры)

Составитель:

К.п.н, зав. кафедрой

степень, должность

подпись

М.А. Блюм

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

подпись

М.А. Блюм

инициалы, фамилия

Тамбов 2025

**1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ И
ЕЕ МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Цель прохождения практики – достижение планируемых результатов обучения (таблица 1.1), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций и целью реализации ОПОП.

Практика входит в состав обязательной части образовательной программы.

Таблица 1.1 - Результаты обучения по практике

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по практике
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	
ИД-4 (ОПК-4) Умеет планировать и организовывать мероприятия по продвижению и продаже сервисных продуктов	Умеет разрабатывать стратегии продвижения сервисных продуктов с учетом особенностей целевой аудитории и каналов коммуникации
	Умеет анализировать эффективность проводимых маркетинговых мероприятий и вносить необходимые корректировки
ИД-5 (ОПК-4) Владеет практическими навыками организации и проведения мероприятий по продвижению сервисных продуктов, оценки их результативности	Владеет методами разработки программ продвижения сервисных продуктов, включая выбор эффективных каналов коммуникации и форматов взаимодействия с потребителями
	Владеет способностью адаптировать маркетинговые стратегии и тактики с учетом изменений рыночной ситуации и поведения потребителей

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. ВИД, ТИП, ОБЪЁМ ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики: Учебная практика

Тип практики: Ознакомительная практика

Способ проведения практики: стационарная; выездная

Форма проведения практики: дискретно

Объем практики составляет 6 зачетных единиц, продолжительность - 216 часов.

Ниже приведено распределение общего объема практики (в академических часах в соответствии с утвержденным учебным планом).

Виды работ	Форма обучения
	Заочная
	1
<i>Контактная работа</i>	37
консультации	36
промежуточная аттестация	1
<i>Самостоятельная работа</i>	179
<i>Всего</i>	216

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В ходе практики обучающиеся должны пройти следующие этапы:

1. Организационный этап:
 - знакомство с целями, задачами и содержанием практики;
 - инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего распорядка;
 - составление индивидуального плана прохождения практики.
2. Ознакомительный этап:
 - изучение специфики и основных направлений деятельности профильной организации/подразделения;
 - знакомство с организационной структурой, функциями и задачами различных служб и отделов;
 - ознакомление с используемыми цифровыми технологиями, программными продуктами и информационными системами.
3. Аналитический этап:
 - сбор и анализ информации о клиентской базе, предоставляемых сервисных услугах, ценообразовании, каналах продвижения и продаж;
 - исследование рыночной ситуации, тенденций развития и конкурентной среды в сфере сервиса;
 - анализ эффективности применяемых маркетинговых и рекламных инструментов.
4. Практический этап:
 - участие в разработке и реализации мероприятий по продвижению и продаже сервисных продуктов;
 - применение цифровых технологий для автоматизации и оптимизации бизнес-процессов;
 - сбор и обработка данных, необходимых для подготовки аналитических отчетов.
5. Заключительный этап:
 - обобщение и систематизация полученных знаний и практического опыта;
 - подготовка и защита отчета по практике.

Каждый обучающийся получает также индивидуальное задание.

1. Ознакомиться с основными типами данных, используемых в цифровом маркетинге:
 - данные о поведении пользователей на сайте (посещаемость, источники трафика, поведенческие метрики и т.д.).
 - данные из социальных медиа (охват, вовлеченность, реакции, комментарии и т.д.).
 - данные из рекламных кампаний (показы, переходы, конверсии, стоимость лидов и т.д.).
 - данные о продажах и эффективности маркетинговых усилий.
2. Изучить методы сбора и источники данных, применяемые в организации:
 - использование веб-аналитики (Google Analytics, Yandex.Metrica и др.).
 - интеграция с социальными сетями и инструментами SMM.
 - применение систем отслеживания рекламных кампаний.
 - использование CRM-систем и систем управления продажами.

- сторонние сервисы и инструменты для сбора данных.
3. Освоить основные методы анализа данных в цифровом маркетинге:
- анализ трафика и поведения пользователей на сайте.
 - анализ эффективности рекламных кампаний и источников трафика.
 - анализ активности в социальных сетях и эффективности SMM.
 - сегментация аудитории и анализ целевых групп.
 - анализ показателей эффективности (KPI) и их интерпретация.
4. Принять участие в подготовке отчетности и визуализации данных для принятия решений в цифровом маркетинге:
- создание дашбордов и аналитических отчетов.
 - интерпретация результатов анализа данных.
 - выявление ключевых инсайтов и формулирование рекомендаций.

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

4.1 Учебная литература

1. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125686.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Губанов, Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; под редакцией Д. А. Новиков. — Москва : Издательство физико-математической литературы, 2010. — 228 с. — ISBN 9875-94052-194-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8531.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7638-4073-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100115.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Ульченко, Е. Н. Разработка интерактивных мультимедийных ресурсов при помощи социальных сервисов сети интернет : материалы научных исследований / Е. Н. Ульченко. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2012. — 64 с. — ISBN 978-5-9935-0277-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/21457.html> (дата обращения: 01.07.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Степанов, М. А. Эстетика рекламной коммуникации : учебное пособие / М. А. Степанов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 111 с. — ISBN 978-5-7937-1671-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102698.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102698>
7. Валько, Д. В. Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий : монография / Д. В. Валько. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5-4486-0666-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81482.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/81482>

4.2 Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Университетская информационная система «РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru>
Справочно-правовая система «Консультант+» <http://www.consultant-urist.ru>
Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>

База данных Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>
База данных Scopus <https://www.scopus.com>
Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
Базы данных Министерства экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru>
База открытых данных Росфинмониторинга <http://www.fedsfm.ru/opendata>
Электронная база данных «Издательство Лань» <https://e.lanbook.com>
Электронная библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ»» <https://www.biblio-online.ru>
База данных электронно-библиотечной системы ТГТУ <http://elib.tstu.ru>
Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» <https://нэб.рф>
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» <https://openedu.ru>
Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ" <https://www.polpred.com>
Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://protect.gost.ru/>

Ресурсы электронной информационно-образовательной среды университета представлены в локальном нормативном акте «Положение об электронной информационно-образовательной среде Тамбовского государственного технического университета».

Электронные образовательные ресурсы, к которым обеспечен доступ обучающихся, в т.ч. приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, приведены на официальном сайте университета в разделе «Университет»-«Сведения об образовательной организации»-«Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса».

Сведения о лицензионном программном обеспечении, используемом в образовательном процессе, представлены на официальном сайте университета в разделе «Образование»-«Учебная работа»-«Доступное программное обеспечение».

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

До начала практики обучающиеся обязаны:

1. Ознакомиться с программой практики, выяснить цели, задачи, содержание и порядок прохождения практики.

2. Получить от руководителя практики от университета индивидуальное задание и рабочий график (план) проведения практики.

3. Пройти инструктаж по технике безопасности.

Во время прохождения практики обучающиеся имеют право:

1. Получать необходимую информацию для выполнения программы практики, доступ к документации профильной организации, не содержащей коммерческую тайну.

2. Пользоваться библиотекой, лабораториями, кабинетами, мастерскими, технической и другой документацией в профильной организации, необходимыми для успешного освоения программы практики и выполнения индивидуальных заданий.

3. Получать консультации руководителей практики от университета и профильной организации по вопросам, возникающим в ходе практики.

4. Участвовать в научно-исследовательской, рационализаторской и другой работе организации, совместной со штатными сотрудниками деятельности, не противоречащей целям практики.

5. Вносить предложения по совершенствованию организации практики.

Во время прохождения практики обучающиеся обязаны:

1. Полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики.

2. Соблюдать действующие в профильной организации правила внутреннего трудового распорядка, требования охраны труда и пожарной безопасности.

3. Вести дневник практики, в котором отражается ежедневная работа и выполнение программы практики.

4. Бережно и аккуратно относиться к оборудованию, инструментам, приборам, учебно-наглядным пособиям, книгам и т.д.

После окончания практики обучающиеся обязаны:

1. Своевременно предоставлять руководителям практики отчетную документацию.

2. Защитить в установленные сроки отчет по практике.

– Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие неудовлетворительную оценку, могут быть направлены на практику повторно или отчислены из университета.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Для проведения практики используется материально-техническая база в следующем составе.

Наименование специальных помещений для прохождения практики	Оснащенность специальных помещений для прохождения практики	Перечень лицензионного программного обеспечения / Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	MSOffice, Windows / Корпоративные академические лицензии бессрочные Microsoft Open License № 61010664, 60979359, 61316870, 45560005, 45341392, 44964701, 49066437, 48248804, 49487340, 43925361, 44544975, 43239932, 42882586, 46733190, 45936776, 46019880, 47425744, 47869741, 60102643, 41875901
Компьютерный класс	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду	

Профильные организации

Базами для прохождения учебной (ознакомительной) практики студентами направления 43.03.01 «Сервис» профиля «Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика» могут выступать различные организации, предприятия и компании, функционирующие в сфере сервиса и обслуживания клиентов, в том числе:

- коммерческие организации, предоставляющие сервисные услуги (гостиницы, рестораны, агентства по организации путешествий, салоны красоты, фитнес-центры и т.д.).
- компании, осуществляющие маркетинговую деятельность, digital-агентства, рекламные и PR-компании.
- аналитические центры, консалтинговые фирмы, специализирующиеся на исследовании потребительского рынка и бизнес-аналитике.
- подразделения цифрового маркетинга, аналитики, бизнес-развития в крупных корпорациях.

При выборе баз практики особое внимание уделяется следующим критериям:

- соответствие профиля деятельности организации направлению подготовки и профилю студентов.
- наличие в организации структурных подразделений, отвечающих за цифровой маркетинг, аналитику, разработку и продвижение сервисных продуктов.
- возможность ознакомления студентов с применением современных информационных технологий, CRM-систем, инструментов бизнес-аналитики.
- готовность организации предоставить студентам возможность практического участия в реализации профильных задач и проектов.
- наличие квалифицированных наставников, способных обеспечить эффективное руководство и консультирование практикантов.

Выбор конкретных баз практики осуществляется с учетом вышеперечисленных критериев, а также заключенных между вузом и организациями договоров о сотрудничестве.

43.03.01 «Сервис»
«Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика»

№ п/п	Наименование организации	Юридический адрес организации
1.	ООО «Дэмис групп»	г. Тамбов, ул. Носовская, д. 3Д
2.	ООО «Скобеев и партнеры	г. Тамбов, ул. Державинская, д. 10А
3.	ПАО «Ростелеком»	г. Тамбов, ул. Астраханская, д. 2в
4.	ООО «Навикон»	г. Тамбов, ул. Чичканова, д. 17, офис 9
5.	ООО "НТО "ИНТ"	г. Тамбов, ул. Студенецкая, д. 20, офис 12

7. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Проверка достижения результатов обучения по практике осуществляется в рамках промежуточной аттестации, которая проводится в виде защиты отчета по практике.

Формы промежуточной аттестации по практике приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Формы промежуточной аттестации

Обозначение	Форма отчетности	Заочная
Зач01	Зачет с оценкой	1 курс

Отчетные документы должны быть оформлены в соответствии с требованиями, установленными в Университете.

1. Индивидуальный план прохождения ознакомительной практики.
2. Дневник прохождения ознакомительной практики, содержащий:
 - календарный график прохождения практики;
 - ежедневные записи о выполненных работах и проделанных мероприятиях;
 - отзывы и рекомендации руководителя практики от профильной организации.
3. Отчет о прохождении ознакомительной практики, включающий:
 - титульный лист;
 - введение (цель, задачи, место и сроки прохождения практики);
 - характеристику профильной организации (организационная структура, основные виды деятельности, применяемые технологии и инструменты цифрового маркетинга и бизнес-аналитики);
 - описание выполненных работ и полученных результатов (ознакомление с бизнес-процессами, методами и инструментами, применяемыми в компании);
 - анализ приобретенных знаний, умений и навыков, их соответствие требованиям образовательной программы;
 - выводы и предложения по совершенствованию организации и содержания практики;
 - список использованных источников;
 - приложения (при необходимости).
4. Отзыв руководителя практики, подписанный руководителем практики от профильной организации.
5. Аннотированный отчет о прохождении практики должен включать краткое описание проделанной работы.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

8.1. Оценочные средства

Оценочные средства соотнесены с результатами обучения по практике и индикаторами достижения компетенций.

ИД-4 (ОПК-4) Умеет планировать и организовывать мероприятия по продвижению и продаже сервисных продуктов

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Умеет разрабатывать стратегии продвижения сервисных продуктов с учетом особенностей целевой аудитории и каналов коммуникации	Зач01
Умеет анализировать эффективность проводимых маркетинговых мероприятий и вносить необходимые корректировки	Зач01

Вопросы к защите отчета по практике Зач01

1. Расскажите о целях и задачах ознакомительной практики.
2. Охарактеризуйте объект (организацию, предприятие), на базе которого Вы проходили практику.
3. Какие основные направления деятельности организации Вы изучили в ходе практики?
4. Расскажите о структуре и функциях маркетинговой и аналитической служб организации.
5. Какие методы и инструменты цифрового маркетинга используются в компании?
6. Опишите основные бизнес-процессы, связанные с реализацией маркетинговых и аналитических функций.
7. Какие информационные системы и цифровые технологии применяются для ведения маркетинговой и аналитической деятельности?

ИД-5 (ОПК-4) Владеет практическими навыками организации и проведения мероприятий по продвижению сервисных продуктов, оценки их результативности

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Владеет методами разработки программ продвижения сервисных продуктов, включая выбор эффективных каналов коммуникации и форматов взаимодействия с потребителями	Зач01
Владеет способностью адаптировать маркетинговые стратегии и тактики с учетом изменений рыночной ситуации и поведения потребителей	Зач01

Вопросы к защите отчета по практике Зач01

1. Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются в компании для оценки маркетинговой и аналитической деятельности?
2. Расскажите о должностных обязанностях специалистов по цифровому маркетингу и бизнес-аналитике.
3. Какие профессиональные компетенции Вы приобрели в ходе прохождения практики?
4. Сформулируйте основные выводы и предложения по итогам практики.
5. Какие задачи по совершенствованию маркетинговой и аналитической деятельности Вы можете предложить для данной организации?

6. Оцените степень соответствия полученного практического опыта Вашим ожиданиям.

7. Какие трудности и проблемы Вы испытывали в ходе прохождения практики?

8. Какие рекомендации Вы можете дать для улучшения организации ознакомительной практики?

8.2. Критерии и шкалы оценивания

При оценивании результатов обучения по практике в ходе промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой используются следующие критерии и шкалы.

Результаты защиты отчета по практике оцениваются максимально 100 баллами.

Критерии оценивания на защите отчета по практике

1. Выполнение программы практики (0-20 баллов):

- полнота и качество выполнения всех пунктов программы практики - 0-10 баллов

- соблюдение сроков и графика прохождения практики - 0-10 баллов

2. Ведение дневника практики (0-20 баллов):

- регулярность и полнота ведения дневника - 0-10 баллов

- качество и информативность записей - 0-10 баллов

3. Отчет по практике (0-40 баллов):

- соответствие содержания отчета программе практики - 0-10 баллов

- глубина анализа выполненной работы и полученных результатов - 0-10 баллов

- аргументированность выводов и предложений - 0-10 баллов

- качество оформления отчета - 0-10 баллов

4. Защита отчета (0-20 баллов):

- четкость и структурированность доклада - 0-5 баллов

- умение отвечать на вопросы и аргументировать свою позицию - 0-5 баллов

- качество презентационных материалов - 0-5 баллов

общая культура речи и деловой этикет - 0-5 баллов

Итоговая оценка выставляется с использованием следующей шкалы

Оценка	Набрано баллов
«отлично»	81-100
«хорошо»	61-80
«удовлетворительно»	41-60
«неудовлетворительно»	0-40

Результат обучения по практике считается достигнутым при получении обучающимся оценки «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по каждому из контрольных мероприятий, относящихся к данному результату обучения.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тамбовский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «ТГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института экономики и качества жизни

_____ Р.Р. Толстяков
«13» _____ февраля _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.02.01(П) Сервисная практика

(шифр и наименование дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом подготовки)

Направление

43.03.01 «Сервис»

(шифр и наименование)

Профиль

Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика

(наименование профиля образовательной программы)

Формы обучения:

заочная

Кафедра:

Коммерция и бизнес-информатика

(наименование кафедры)

Составитель:

_____ К.Э.Н., доцент

степень, должность

_____ подпись

_____ Д.Л. Хазанова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ М.А. Блюм

инициалы, фамилия

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ И ЕЕ МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цель прохождения практики – достижение планируемых результатов обучения (таблица 1.1), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций и целью реализации ОПОП.

Практика входит в состав обязательной части образовательной программы.

Таблица 1.1 - Результаты обучения по практике

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по практике
ОПК-2	Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью
ИД-3 (ОПК-2) Осуществляет контроль деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса.	Умеет проводить анализ деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса
	Формулирует критерии оценки деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса
	Умеет определять КРІ деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса
ИД-4 (ОПК-2) Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности	Умеет проводить оценку лояльности клиентов
	Готов нивелировать проблемные негативные отзывы клиентов
	Умеет выстраивать клиентоориентированный диалог с потребителями
ИД-5 (ОПК-2) Участствует в разработке и совершенствовании системы клиентских отношений	Имеет представление о разработке плана совершенствования системы клиентских отношений

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. ВИД, ТИП, ОБЪЁМ ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики: производственная.

Тип практики: производственная

Способ проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения практики: дискретно.

Объем практики составляет 6 зачетных единиц, продолжительность - 216 часов.

Ниже приведено распределение общего объема практики (в академических часах в соответствии с утвержденным учебным планом).

Виды работ	Форма обучения	
	Очная	Заочная
	4 семестр	2 курс
<i>Контактная работа</i>	37	37
консультации	36	36
промежуточная аттестация	1	1
<i>Самостоятельная работа</i>	179	179
<i>Всего</i>	216	216

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В ходе практики обучающиеся должны:

- пройти инструктаж и соблюдать правила техники безопасности, пожарной безопасности и охраны труда;
- ознакомиться с правилами внутреннего трудового распорядка организации, на базе которой обучающийся проходит практику;
- изучить оргструктуру предприятия
- оценить структуру клиентского сервиса
- определить ключевые индикаторы оценки клиентского сервиса
- провести анализ лояльности клиентов к продукту (услуге) предприятия.

В дополнение к основному тематическому плану в период практики обучающий выполняет индивидуальное задание по углубленному анализу отдельных сторон деятельности организации. Тема индивидуального задания определяется практикантом совместно с руководителем практики от организации и согласовывается с руководителем практики от профильной организации (предприятия), учреждения по месту прохождения практики. Тема определяется с учетом потребностей анализируемой организации (предприятия), учреждения, будущей профессиональной ориентации практиканта и специфики базы практики

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

4.1 Учебная литература

1. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/97585.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователе
2. Бизнес-коммуникации : учебное пособие / составитель Р. П. Аманова. — Алматы, Москва : EDP Hub (Идипи Хаб), Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 466 с. — ISBN 978-5-4497-4126-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148299.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/148299>
3. Абдыгаппарова, С. Б. Основы клиентского сервиса : учебное пособие / С. Б. Абдыгаппарова, Н. Е. Дабылтаева, Т. Б. Климова. — Алматы : Дарын, 2025. — 156 с. — ISBN 978-601-7512-04-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138571.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
4. Беликова, И. П. Управление организационной культурой : учебник / И. П. Беликова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. — 244 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129614.html>
5. Дюженкова, Н.В., Молоткова, Н.В., Радько, О.Ю. Хазанова, Д.Л. Управленческий анализ в бизнесе. Учебное пособие. Тамбов: Издательский центр ФГБОУ ВО "ТГТУ", 2021. (exe-файл)

4.2 Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Университетская информационная система «РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru>
- Справочно-правовая система «Консультант+» <http://www.consultant-urist.ru>
- Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>
- База данных Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>
- База данных Scopus <https://www.scopus.com>
- Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
- База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
- База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
- База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
- Базы данных Министерства экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru>
- База открытых данных Росфинмониторинга <http://www.fedsfm.ru/opendata>
- Электронная база данных «Издательство Лань» <https://e.lanbook.com>
- Электронная библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>
- База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru>

База данных электронно-библиотечной системы ТГТУ <http://elib.tstu.ru>
Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» <https://нэб.рф>
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» <https://openedu.ru>
Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ" <https://www.polpred.com>
Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://protect.gost.ru/>

Ресурсы электронной информационно-образовательной среды университета представлены в локальном нормативном акте «Положение об электронной информационно-образовательной среде Тамбовского государственного технического университета».

Электронные образовательные ресурсы, к которым обеспечен доступ обучающихся, в т.ч. приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, приведены на официальном сайте университета в разделе «Университет»-«Сведения об образовательной организации»-«Материально-техническое обеспечение и оснащённость образовательного процесса».

Сведения о лицензионном программном обеспечении, используемом в образовательном процессе, представлены на официальном сайте университета в разделе «Образование»-«Учебная работа»-«Доступное программное обеспечение».

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

В первый день практики руководитель от образовательной организации проводит собрание, на котором выдает каждому обучающемуся утвержденное задание на практику, дает необходимые разъяснения по организации и проведению практики, оформлению и защите отчета.

Обучающимся необходимо ознакомиться с настоящей программой практики, шаблоном отчета по практике, принять задание на практику к исполнению.

В первый день практики обучающийся обязан своевременно прибыть на место прохождения практики, имея при себе направление на практику, задание на практику, шаблон дневника практики, иные документы, предусмотренные правилами внутреннего распорядка профильной организации.

Обучающийся при прохождении практики обязан:

- пройти необходимые инструктажи (в первый день практики);
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- участвовать в деятельности профильной организации, выполняя все виды работ, предусмотренные программой практики и заданием на практику;
- выполнить индивидуальное задание;
- регулярно вести дневник практики;
- оформить и в установленные сроки представить руководителю практики от образовательной организации отчет по практике установленной формы;
- защитить отчет по практике.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Для проведения практики используется материально-техническая база в следующем составе.

Наименование специальных помещений для прохождения практики	Оснащенность специальных помещений для прохождения практики	Перечень лицензионного программного обеспечения / Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	MS Office, Windows / Корпоративные академические лицензии бессрочные Microsoft Open License № 61010664, 60979359, 61316870, 45560005, 45341392, 44964701, 49066437, 48248804, 49487340, 43925361, 44544975, 43239932, 42882586, 46733190, 45936776, 46019880, 47425744, 47869741, 60102643, 41875901

Профильные организации

Базами для прохождения практики студентами направления 43.03.01 «Сервис» профиля «Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика» могут выступать различные организации, предприятия и компании, функционирующие в сфере сервиса и обслуживания клиентов, в том числе:

- коммерческие организации, предоставляющие сервисные услуги (гостиницы, рестораны, агентства по организации путешествий, салоны красоты, фитнес-центры и т.д.).
- компании, осуществляющие маркетинговую деятельность, digital-агентства, рекламные и PR-компании.
- аналитические центры, консалтинговые фирмы, специализирующиеся на исследовании потребительского рынка и бизнес-аналитике.
- подразделения цифрового маркетинга, аналитики, бизнес-развития в крупных корпорациях.

При выборе баз практики особое внимание уделяется следующим критериям:

- соответствие профиля деятельности организации направлению подготовки и профилю студентов.
- наличие в организации структурных подразделений, отвечающих за цифровой маркетинг, аналитику, разработку и продвижение сервисных продуктов.
- возможность ознакомления студентов с применением современных информационных технологий, CRM-систем, инструментов бизнес-аналитики.
- готовность организации предоставить студентам возможность практического участия в реализации профильных задач и проектов.
- наличие квалифицированных наставников, способных обеспечить эффективное руководство и консультирование практикантов.

Выбор конкретных баз практики осуществляется с учетом вышеперечисленных критериев, а также заключенных между вузом и организациями договоров о сотрудничестве.

43.03.01 «Сервис»
«Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика»

№ п/п	Наименование организации	Юридический адрес организации
1.	ООО «Дэмис групп»	г. Тамбов, ул. Носовская, д. 3Д
2.	ООО «Скобеев и партнеры	г. Тамбов, ул. Державинская, д. 10А
3.	ПАО «Ростелеком»	г. Тамбов, ул. Астраханская, д. 2в
4.	ООО «Навикон»	г. Тамбов, ул. Чичканова, д. 17, офис 9
5.	ООО «КомЭк»	Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Пионерская, д. 5Б
6.	ООО "НТО "ИНТ"	г. Тамбов, ул. Студенецкая, д. 20, офис 12

7. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Проверка достижения результатов обучения по практике осуществляется в рамках промежуточной аттестации, которая проводится в виде защиты отчета по практике.

Формы промежуточной аттестации по практике приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Формы промежуточной аттестации

Обозначение	Форма отчетности	Очная	Заочная
Зач01	Зачет с оценкой	4 семестр	2 курс

Отчет по практике, формируемый обучающимся по итогам прохождения практики, содержит:

- титульный лист;
- задание на практику, включающее рабочий график (план) проведения практики, индивидуальное задание, планируемые результаты практики;
- отзыв руководителя практики от профильной организации о работе обучающегося в период прохождения практики;
- дневник практики;
- аннотированный отчет.

Аннотированный отчет о прохождении практики должен включать краткое описание проделанной работы.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

8.1. Оценочные средства

Оценочные средства соотнесены с результатами обучения по практике и индикаторами достижения компетенций.

ИД-3 (ОПК-2) Осуществляет контроль деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Умеет проводить анализ деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса	Зач01
Формулирует критерии оценки деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса	Зач0
Умеет определять KPI деятельности предприятий (структурных подразделений) предприятий сферы сервиса	Зач0

Вопросы к защите отчета по практике Зач01

1. Какие основные цели и задачи деятельности предприятий сферы сервиса?
2. Какие виды услуг оказываются на таких предприятиях?
3. Какова роль клиентоориентированности в деятельности предприятий сферы сервиса?
4. Что такое качество обслуживания и как его измерить на предприятии сферы сервиса?
5. Какие методы маркетингового исследования используются для определения потребностей клиентов на предприятии сферы сервиса?
6. Что такое стандарт обслуживания и почему он важен для успешной работы предприятий сферы сервиса?
7. Каким образом можно повысить эффективность работы персонала на предприятии сферы сервиса?
8. Какие финансовые аспекты необходимо учитывать при планировании деятельности предприятий сферы сервиса?
9. В чем состоит роль информационных технологий в управлении деятельностью предприятий сферы сервиса?
10. Что такое конкуренция на рынке услуг и как она влияет на работу предприятий сферы сервиса?

ИД-4 (ОПК-2) Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Умеет проводить оценку лояльности клиентов	Зач01
Готов нивелировать проблемные негативные отзывы клиентов	Зач01
Умеет выстраивать клиентоориентированный диалог с потребителями	Зач01

1. Что такое клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности и почему они важны для успешного бизнеса?
2. Какие инструменты и методы используются для анализа потребностей клиентов при разработке клиентоориентированных технологий?
3. Какие преимущества могут получить предприятия, применяющие клиентоориентированные технологии в своей деятельности?

4. Каким образом технолог CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) помогают улучшить обслуживание клиентов на предприятии?

5. Какие решения в области информационных технологий могут помочь предприятиям улучшить взаимодействие с клиентами?

6. Какие методы сегментации клиентов используются для более эффективного взаимодействия с ними?

7. Каким образом анализ данных о клиентах может помочь предприятиям улучшить качество обслуживания?

8. Какие технологии могут помочь предприятиям автоматизировать процессы обслуживания клиентов и улучшить их опыт?

9. Каким образом предприятия могут использовать социальные сети и онлайн-платформы для улучшения взаимодействия с клиентами?

10. Какие метрики и инструменты используются для оценки эффективности клиентоориентированных технологий в сервисной деятельности предприятий?

ИД-5 (ОПК-2) Участвует в разработке и совершенствовании системы клиентских отношений

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Имеет представление о разработке плана совершенствовании системы клиентских отношений	Зач01

1. Что такое система клиентских отношений и почему она важна для бизнеса?

2. Какие основные этапы включает процесс совершенствования системы клиентских отношений?

3. Какие инструменты и методы используются анализа и оценки текущего состояния системы клиентских отношений?

4. Каким образом предприятия могут определить ожидания и потребности своих клиентов при совершенствовании системы клиентских отношений?

5. Какой роль играют технологии CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в совершенствовании системы клиентских отношений?

6. Какие преимущества может получить предприятие, применяющее персонализацию в своей системе клиентских отношений?

7. Что такое программное обеспечение автоматизации маркетинга (МА), как он помогает оптимизировать процессы работы с клиентами?

8. Какие методы фидбэка можно использовать для улучшения качества обслуживания и развития лояльности у целевой аудитории?

9. Опишите ключевые шаги при создании плана действий по совершенствованию системы клиентского отдела.

10. Какая информация необходима предприятию для создания эффективной стратегии развития системы клиента?

8.2. Критерии и шкалы оценивания

При оценивании результатов обучения по практике в ходе промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой используются следующие критерии и шкалы.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он представил на защиту отчет по практике, полностью соответствующий установленным требованиям, и дал исчерпывающие ответы на заданные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он представил на защиту отчет по практике, полностью соответствующий установленным требованиям, и уверенно отвечал на заданные вопросы, допуская несущественные ошибки.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он представил на защиту отчет по практике, в целом соответствующий установленным требованиям, при ответах на некоторые вопросы допускал существенные ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не представил на защиту отчет по практике, в целом соответствующий установленным требованиям, либо при ответах на вопросы не дал удовлетворительных ответов.

Результат обучения по практике считается достигнутым при получении обучающимся оценки «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по каждому из контрольных мероприятий, относящихся к данному результату обучения.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тамбовский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «ТГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института экономики и качества жизни

_____ Р.Р. Толстяков
«13» _____ февраля _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.01.01(П) Организационно-управленческая практика

(шифр и наименование дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом подготовки)

Направление

43.03.01 «Сервис»

(шифр и наименование)

Профиль

Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика

(наименование профиля образовательной программы)

Формы обучения: ***очная, заочная***

Кафедра: ***Коммерция и бизнес-информатика***

(наименование кафедры)

Составитель:

_____ К.Э.Н., доцент

степень, должность

_____ подпись

_____ Д.Л. Хазанова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ М.А. Блюм

инициалы, фамилия

**1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ И
ЕЕ МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Цель прохождения практики – достижение планируемых результатов обучения (таблица 1.1), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций и целью реализации ОПОП.

Практика входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1.1 - Результаты обучения по практике

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по практике
ПК-4 Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	
ИД-7 (ПК-4) Умеет проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев	Формулирует критерии оценки эффективности для соответствующих видов деятельности
	Владеет методиками оценки эффективности
	Анализирует результаты оценки эффективности с точки зрения выбранных критериев

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. ВИД, ТИП, ОБЪЁМ ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики: производственная.

Тип практики: Организационно-управленческая практика

Способ проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения практики: дискретно.

Объем практики составляет 6 зачетных единиц, продолжительность - 216 часов.

Ниже приведено распределение общего объема практики (в академических часах в соответствии с утвержденным учебным планом).

Виды работ	Форма обучения	
	Очная	Заочная
		3 курс
<i>Контактная работа</i>	37	37
консультации	36	36
промежуточная аттестация	1	1
<i>Самостоятельная работа</i>	179	179
<i>Всего</i>	216	216

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В ходе практики обучающиеся должны:

- пройти инструктаж и соблюдать правила техники безопасности, пожарной безопасности и охраны труда;
- ознакомиться с правилами внутреннего трудового распорядка организации, на базе которой обучающийся проходит практику;
- изучить оргструктуру предприятия
- составить программу оценки эффективности деятельности, исходя из отраслевой принадлежности предприятия.

–

В дополнение к основному тематическому плану в период практики обучающий выполняет индивидуальное задание по углубленному анализу отдельных сторон деятельности организации. Тема индивидуального задания определяется практикантом совместно с руководителем практики от организации и согласовывается с руководителем практики от профильной организации (предприятия), учреждения по месту прохождения практики. Тема определяется с учетом потребностей анализируемой организации (предприятия), учреждения, будущей профессиональной ориентации практиканта и специфики базы практики

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

4.1 Учебная литература

1. Морозова, Т. В. Экономическое обоснование проектных решений. Оценка рисков и эффективности проектов : учебное пособие / Т. В. Морозова. — Омск : Омский государственный технический университет, 2023. — 114 с. — ISBN 978-5-8149-3711-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140882.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Аудит эффективности : учебное пособие / И. Ю. Скляр, Ю. М. Склярова, А. В. Нестеренко [и др.]. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121723.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователе
3. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/97585.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователе
4. Абдыгаппарова, С. Б. Основы клиентского сервиса : учебное пособие / С. Б. Абдыгаппарова, Н. Е. Дабылтаева, Т. Б. Климова. — Алматы : Дарын, 2024. — 156 с. — ISBN 978-601-7512-04-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138571.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
5. Беликова, И. П. Управление организационной культурой : учебник / И. П. Беликова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. — 244 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129614.html>
6. Дюженкова, Н.В., Молоткова, Н.В., Радько, О.Ю. Хазанова, Д.Л. Управленческий анализ в бизнесе. Учебное пособие. Тамбов: Издательский центр ФГБОУ ВО "ТГТУ", 2021. (exe-файл)

4.2 Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Университетская информационная система «РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru>
Справочно-правовая система «Консультант+» <http://www.consultant-urist.ru>
Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>
База данных Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>
База данных Scopus <https://www.scopus.com>
Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>

База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>

Базы данных Министерства экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru>

База открытых данных Росфинмониторинга <http://www.fedsfm.ru/opendata>

Электронная база данных «Издательство Лань» <https://e.lanbook.com>

Электронная библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>

База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru>

База данных электронно-библиотечной системы ТГТУ <http://elib.tstu.ru>

Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» <https://нэб.рф>

Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» <https://openedu.ru>

Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ" <https://www.polpred.com>

Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://protect.gost.ru/>

Ресурсы электронной информационно-образовательной среды университета представлены в локальном нормативном акте «Положение об электронной информационно-образовательной среде Тамбовского государственного технического университета».

Электронные образовательные ресурсы, к которым обеспечен доступ обучающихся, в т.ч. приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, приведены на официальном сайте университета в разделе «Университет»-«Сведения об образовательной организации»-«Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса».

Сведения о лицензионном программном обеспечении, используемом в образовательном процессе, представлены на официальном сайте университета в разделе «Образование»-«Учебная работа»-«Доступное программное обеспечение».

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

В первый день практики руководитель от образовательной организации проводит собрание, на котором выдает каждому обучающемуся утвержденное задание на практику, дает необходимые разъяснения по организации и проведению практики, оформлению и защите отчета.

Обучающимся необходимо ознакомиться с настоящей программой практики, шаблоном отчета по практике, принять задание на практику к исполнению.

В первый день практики обучающийся обязан своевременно прибыть на место прохождения практики, имея при себе направление на практику, задание на практику, шаблон дневника практики, иные документы, предусмотренные правилами внутреннего распорядка профильной организации.

Обучающийся при прохождении практики обязан:

- пройти необходимые инструктажи (в первый день практики);
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- участвовать в деятельности профильной организации, выполняя все виды работ, предусмотренные программой практики и заданием на практику;
- выполнить индивидуальное задание;
- регулярно вести дневник практики;
- оформить и в установленные сроки представить руководителю практики от образовательной организации отчет по практике установленной формы;
- защитить отчет по практике.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Для проведения практики используется материально-техническая база в следующем составе.

Наименование специальных помещений для прохождения практики	Оснащенность специальных помещений для прохождения практики	Перечень лицензионного программного обеспечения / Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	MS Office, Windows / Корпоративные академические лицензии бессрочные Microsoft Open License № 61010664, 60979359, 61316870, 45560005, 45341392, 44964701, 49066437, 48248804, 49487340, 43925361, 44544975, 43239932, 42882586, 46733190, 45936776, 46019880, 47425744, 47869741, 60102643, 41875901

Профильные организации

Базами для прохождения практики студентами направления 43.03.01 «Сервис» профиля «Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика» могут выступать различные организации, предприятия и компании, функционирующие в сфере сервиса и обслуживания клиентов, в том числе:

- коммерческие организации, предоставляющие сервисные услуги (гостиницы, рестораны, агентства по организации путешествий, салоны красоты, фитнес-центры и т.д.).
- компании, осуществляющие маркетинговую деятельность, digital-агентства, рекламные и PR-компании.
- аналитические центры, консалтинговые фирмы, специализирующиеся на исследовании потребительского рынка и бизнес-аналитике.
- подразделения цифрового маркетинга, аналитики, бизнес-развития в крупных корпорациях.

При выборе баз практики особое внимание уделяется следующим критериям:

- соответствие профиля деятельности организации направлению подготовки и профилю студентов.
- наличие в организации структурных подразделений, отвечающих за цифровой маркетинг, аналитику, разработку и продвижение сервисных продуктов.
- возможность ознакомления студентов с применением современных информационных технологий, CRM-систем, инструментов бизнес-аналитики.
- готовность организации предоставить студентам возможность практического участия в реализации профильных задач и проектов.
- наличие квалифицированных наставников, способных обеспечить эффективное руководство и консультирование практикантов.

Выбор конкретных баз практики осуществляется с учетом вышеперечисленных критериев, а также заключенных между вузом и организациями договоров о сотрудничестве.

43.03.01 «Сервис»
«Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика»

№ п/п	Наименование организации	Юридический адрес организации
1.	ООО «Дэмис групп»	г. Тамбов, ул. Носовская, д. 3Д
2.	ООО «Скобеев и партнеры	г. Тамбов, ул. Державинская, д. 10А
3.	ПАО «Ростелеком»	г. Тамбов, ул. Астраханская, д. 2в
4.	ООО «Навикон»	г. Тамбов, ул. Чичканова, д. 17, офис 9
5.	ООО «КомЭк»	Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Пионерская, д. 5Б
6.	ООО "НТО "ИНТ"	г. Тамбов, ул. Студенецкая, д. 20, офис 12

7. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Проверка достижения результатов обучения по практике осуществляется в рамках промежуточной аттестации, которая проводится в виде защиты отчета по практике.

Формы промежуточной аттестации по практике приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Формы промежуточной аттестации

Обозначение	Форма отчетности	Очная	Заочная
Зач01	Зачет с оценкой	6 семестр	3 курс

Отчет по практике, формируемый обучающимся по итогам прохождения практики, содержит:

- титульный лист;
- задание на практику, включающее рабочий график (план) проведения практики, индивидуальное задание, планируемые результаты практики;
- отзыв руководителя практики от профильной организации о работе обучающегося в период прохождения практики;
- дневник практики;
- аннотированный отчет.

Аннотированный отчет о прохождении практики должен включать краткое описание проделанной работы.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

8.1. Оценочные средства

Оценочные средства соотнесены с результатами обучения по практике и индикаторами достижения компетенций.

ИД-7 (ПК-4) Умеет проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Формулирует критерии оценки эффективности для соответствующих видов деятельности	Зач01
Владеет методиками оценки эффективности	Зач0
Анализирует результаты оценки эффективности с точки зрения выбранных критериев	Зач0

1. Какие основные показатели используются для оценки эффективности предприятия?
2. Как вы определяете финансовую устойчивость и рентабельность предприятия?
3. В чем разница между операционной и финансовой эффективностью предприятия? Как это влияет на общую оценку эффективности?
4. Какие методы анализа Вы бы использовали для определения эффективности производственных процессов на предприятии?
5. Что такое ключевые показатели производительности (KPI и как они помогают в оценке работы предприятий?
6. В чем заключается концепция баланса интересов всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров) при оценке эффективности предприятий?
7. Какая роль управленческого учета в оценке эффективности деятельности предприятий?
8. Существует ли связь между корпоративной социальной ответственностью (CSR) и общей успешностью бизнеса?
9. Каким образом инновации могут повлиять на повышение или снижение результативности деятельности предприятия?
10. Как вы можете применить SWOT-анализ для определения текущего положения и будущих перспектив?

При оценивании результатов обучения по практике в ходе промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой используются следующие критерии и шкалы.

Результаты защиты отчета по практике оцениваются максимально 100 баллами.

Критерии оценивания на защите отчета по практике

Показатель	Количество баллов
Соблюдение рабочего графика (плана) проведения практики	5
Отзыв руководителя практики от профильной организации	10
Качество оформления отчета по практике	5
Полнота выполнения задания на практику	10
Качество ответов на вопросы на защите	70
Всего	100

Итоговая оценка выставляется с использованием следующей шкалы

43.03.01 «Сервис»
«Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика»

Оценка	Набрано баллов
«отлично»	81-100
«хорошо»	61-80
«удовлетворительно»	41-60
«неудовлетворительно»	0-40

Результат обучения по практике считается достигнутым при получении обучающимся оценки «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по каждому из контрольных мероприятий, относящихся к данному результату обучения.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Тамбовский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «ТГТУ»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института экономики и качества жизни

_____ Р.Р. Толстяков
«13» _____ февраля _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.01.02(П) Преддипломная практика

(шифр и наименование дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом подготовки)

Направление

43.03.01 «Сервис»

(шифр и наименование)

Профиль

Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика

(наименование профиля образовательной программы)

Формы обучения: ***очная, заочная***

Кафедра: ***Коммерция и бизнес-информатика***

(наименование кафедры)

Составитель:

_____ К.Э.Н., доцент

степень, должность

_____ подпись

_____ Д.Л. Хазанова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

_____ подпись

_____ М.А. Блюм

инициалы, фамилия

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ И ЕЕ МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цель прохождения практики – достижение планируемых результатов обучения (таблица 1.1), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций и целью реализации ОПОП.

Практика входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1.1 - Результаты обучения по практике

Код, наименование индикатора	Результаты обучения по практике
ПК-1 Способен осуществлять подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
ИД-4 (ПК-1) Владеет навыками подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Формулирует критерии отбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Знает методы подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Умеет подбирать подбора каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-2 Способен согласовывать с заказчиком показатели эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
ИД-3 (ПК-2) Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает основные составляющие бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Умеет формировать бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-3 Способен разрабатывать организационные схемы, стандарты и процедуры и выполнять руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	
ИД-2 (ПК-3) Умеет разрабатывать типовые организационные схемы с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов	Имеет представление о типовых организационных схемах с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов
	Готов разрабатывать типовые организационные схемы с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов

Результаты обучения по практике достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. ВИД, ТИП, ОБЪЁМ ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики: производственная.

Тип практики: Преддипломная

Способ проведения практики: стационарная; выездная.

Форма проведения практики: дискретно.

Объем практики составляет 21 зачетная единица, продолжительность - 756 часов.

Ниже приведено распределение общего объема практики (в академических часах в соответствии с утвержденным учебным планом).

Виды работ	Форма обучения	
	Очная	Заочная
	8 семестр	5 курс
<i>Контактная работа</i>	127	127
консультации	126	126
промежуточная аттестация	1	1
<i>Самостоятельная работа</i>	629	629
<i>Всего</i>	756	756

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В ходе практики обучающиеся должны:

- пройти инструктаж и соблюдать правила техники безопасности, пожарной безопасности и охраны труда;
- ознакомиться с правилами внутреннего трудового распорядка организации, на базе которой обучающийся проходит практику;
- изучить оргструктуру предприятия
- изучить каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", используемые на предприятии
- провести анализ бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- спроектировать типовые организационные схемы с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов

В дополнение к основному тематическому плану в период практики обучающий выполняет индивидуальное задание по углубленному анализу отдельных сторон деятельности организации. Тема индивидуального задания определяется практикантом совместно с руководителем практики от организации и согласовывается с руководителем практики от профильной организации (предприятия), учреждения по месту прохождения практики. Тема определяется с учетом потребностей анализируемой организации (предприятия), учреждения, будущей профессиональной ориентации практиканта и специфики базы практики

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

4.1 Учебная литература

1. Панарин, А. А. Конкурентоспособность услуг бизнеса : учебное пособие для магистрантов и аспирантов / А. А. Панарин, Д. А. Андреева. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-4228-0158-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135786.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Морозова, Т. В. Экономическое обоснование проектных решений. Оценка рисков и эффективности проектов : учебное пособие / Т. В. Морозова. — Омск : Омский государственный технический университет, 2023. — 114 с. — ISBN 978-5-8149-3711-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140882.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Аудит эффективности : учебное пособие / И. Ю. Скляр, Ю. М. Склярова, А. В. Нестеренко [и др.]. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2020. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121723.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователе
4. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/97585.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователе
5. Абдыгаппарова, С. Б. Основы клиентского сервиса : учебное пособие / С. Б. Абдыгаппарова, Н. Е. Дабылтаева, Т. Б. Климова. — Алматы : Дарын, 2024. — 156 с. — ISBN 978-601-7512-04-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138571.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
6. Беликова, И. П. Управление организационной культурой : учебник / И. П. Беликова. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. — 244 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129614.html>
7. Дюженкова, Н.В., Молоткова, Н.В., Радько, О.Ю. Хазанова, Д.Л. Управленческий анализ в бизнесе. Учебное пособие. Тамбов: Издательский центр ФГБОУ ВО "ТГТУ", 2021. (exe-файл)

4.2 Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Университетская информационная система «РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru>
Справочно-правовая система «Консультант+» <http://www.consultant-urist.ru>

Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>

База данных Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>

База данных Scopus <https://www.scopus.com>

Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>

База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ
<https://rosmintrud.ru/opendata>

База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>

База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ
<http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>

Базы данных Министерства экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru>

База открытых данных Росфинмониторинга <http://www.fedsfm.ru/opendata>

Электронная база данных «Издательство Лань» <https://e.lanbook.com>

Электронная библиотечная система «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>

База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru>

База данных электронно-библиотечной системы ТГТУ <http://elib.tstu.ru>

Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» <https://нэб.рф>

Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» <https://openedu.ru>

Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ" <https://www.polpred.com>

Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://protect.gost.ru/>

Ресурсы электронной информационно-образовательной среды университета представлены в локальном нормативном акте «Положение об электронной информационно-образовательной среде Тамбовского государственного технического университета».

Электронные образовательные ресурсы, к которым обеспечен доступ обучающихся, в т.ч. приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, приведены на официальном сайте университета в разделе «Университет»-«Сведения об образовательной организации»-«Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса».

Сведения о лицензионном программном обеспечении, используемом в образовательном процессе, представлены на официальном сайте университета в разделе «Образование»-«Учебная работа»-«Доступное программное обеспечение».

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

В первый день практики руководитель от образовательной организации проводит собрание, на котором выдает каждому обучающемуся утвержденное задание на практику, дает необходимые разъяснения по организации и проведению практики, оформлению и защите отчета.

Обучающимся необходимо ознакомиться с настоящей программой практики, шаблоном отчета по практике, принять задание на практику к исполнению.

В первый день практики обучающийся обязан своевременно прибыть на место прохождения практики, имея при себе направление на практику, задание на практику, шаблон дневника практики, иные документы, предусмотренные правилами внутреннего распорядка профильной организации.

Обучающийся при прохождении практики обязан:

- пройти необходимые инструктажи (в первый день практики);
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- участвовать в деятельности профильной организации, выполняя все виды работ, предусмотренные программой практики и заданием на практику;
- выполнить индивидуальное задание;
- регулярно вести дневник практики;
- оформить и в установленные сроки представить руководителю практики от образовательной организации отчет по практике установленной формы;
- защитить отчет по практике.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Для проведения практики используется материально-техническая база в следующем составе.

Наименование специальных помещений для прохождения практики	Оснащенность специальных помещений для прохождения практики	Перечень лицензионного программного обеспечения / Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	MS Office, Windows / Корпоративные академические лицензии бессрочные Microsoft Open License № 61010664, 60979359, 61316870, 45560005, 45341392, 44964701, 49066437, 48248804, 49487340, 43925361, 44544975, 43239932, 42882586, 46733190, 45936776, 46019880, 47425744, 47869741, 60102643, 41875901

Профильные организации

Базами для прохождения практики студентами направления 43.03.01 «Сервис» профиля «Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика» могут выступать различные организации, предприятия и компании, функционирующие в сфере сервиса и обслуживания клиентов, в том числе:

- коммерческие организации, предоставляющие сервисные услуги (гостиницы, рестораны, агентства по организации путешествий, салоны красоты, фитнес-центры и т.д.).
- компании, осуществляющие маркетинговую деятельность, digital-агентства, рекламные и PR-компании.
- аналитические центры, консалтинговые фирмы, специализирующиеся на исследовании потребительского рынка и бизнес-аналитике.
- подразделения цифрового маркетинга, аналитики, бизнес-развития в крупных корпорациях.

При выборе баз практики особое внимание уделяется следующим критериям:

- соответствие профиля деятельности организации направлению подготовки и профилю студентов.
- наличие в организации структурных подразделений, отвечающих за цифровой маркетинг, аналитику, разработку и продвижение сервисных продуктов.
- возможность ознакомления студентов с применением современных информационных технологий, CRM-систем, инструментов бизнес-аналитики.
- готовность организации предоставить студентам возможность практического участия в реализации профильных задач и проектов.
- наличие квалифицированных наставников, способных обеспечить эффективное руководство и консультирование практикантов.

Выбор конкретных баз практики осуществляется с учетом вышеперечисленных критериев, а также заключенных между вузом и организациями договоров о сотрудничестве.

43.03.01 «Сервис»
«Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика»

№ п/п	Наименование организации	Юридический адрес организации
1.	ООО «Дэмис групп»	г. Тамбов, ул. Носовская, д. 3Д
2.	ООО «Скобеев и партнеры	г. Тамбов, ул. Державинская, д. 10А
3.	ПАО «Ростелеком»	г. Тамбов, ул. Астраханская, д. 2в
4.	ООО «Навикон»	г. Тамбов, ул. Чичканова, д. 17, офис 9
5.	ООО «КомЭк»	Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Пионерская, д. 5Б
6.	ООО "НТО "ИНТ"	г. Тамбов, ул. Студенецкая, д. 20, офис 12

7. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Проверка достижения результатов обучения по практике осуществляется в рамках промежуточной аттестации, которая проводится в виде защиты отчета по практике.

Формы промежуточной аттестации по практике приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1 – Формы промежуточной аттестации

Обозначение	Форма отчетности	Очная	Заочная
Зач01	Зачет с оценкой	8 семестр	5 курс

Отчет по практике, формируемый обучающимся по итогам прохождения практики, содержит:

- титульный лист;
- задание на практику, включающее рабочий график (план) проведения практики, индивидуальное задание, планируемые результаты практики;
- отзыв руководителя практики от профильной организации о работе обучающегося в период прохождения практики;
- дневник практики;
- аннотированный отчет.

Аннотированный отчет о прохождении практики должен включать краткое описание проделанной работы.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

8.1. Оценочные средства

Оценочные средства соотнесены с результатами обучения по практике и индикаторами достижения компетенций.

ИД-4 (ПК-1) Владеет навыками подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Формулирует критерии отбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Зач01
Знает методы подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Зач01
Умеет подбирать подбора каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Зач01

1. Какие виды каналов продвижения существуют в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"?

2. Опишите преимущества и недостатки каждого из видов каналов продвижения в Итернете.

3. Какие факторы следует учитывать при выборе канала продвижения в Интернете?

4. Что такое контент-маркетинг, и он может быть использован для продвижения в Интернете?

5. В чем заключается роль социальных сетей в каналах продвижения в Интернете? Приведите примеры успешного использования социальных сетей для продвижения бренда или товара.

6. Какие методы можно использовать для определения эффективности каналов продвижения в Интернете?

7. Что такое SEO и как он может помочь повысить стоимость сайта или страницы компании на поисковых системах?

8. Расскажите о возможностях рекламы на интернет-площадках (банерная реклама, контекстная реклама, таргетированная реклама).

ИД-3 (ПК-2) Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Формулирует критерии отбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Зач01
Знает методы подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Зач01
Умеет подбирать подбора каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Зач01

1. Как определить оптимальный бюджет на продвижение в Интернете для конкретного бизнеса?

2. Какие факторы следует учитывать при распределении бюджета на различные каналы продвижения в Интернете?

3. Как можно оценить эффективность затрат на продвижение в Интернете и какие метрики следует использовать?

4. Какие инструменты и методы позволяют оптимизировать бюджет на продвижение в Интернете?

5. Какие стратегии можно применить для максимизации результатов при ограниченном бюджете на продвижение в Интернете?
6. Как влияет конкуренция на определение бюджета на продвижение в Интернете и какие тактики можно использовать для преодоления конкуренции?
7. Какие риски связаны с недостаточным или избыточным бюджетом на продвижение в Интернете и как их можно минимизировать?
8. Какие возможности предоставляются бюджетным инструментам продвижения в Интернете, таким как контекстная реклама или социальные сети?
9. Как можно использовать тестирование и аналитику для оптимизации бюджета на продвижение в Интернете?
10. Какие тренды в области цифрового маркетинга могут повлиять на стратегию распределения бюджета на продвижение в Интернете в будущем?

ИД-2 (ПК-3) Умеет разрабатывать типовые организационные схемы с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов "

Результаты обучения	Контрольные мероприятия
Имеет представление о типовых организационных схемах с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов	Зач01
Готов разрабатывать типовые организационные схемы с использованием стандартных инструментов и методик моделирования и проектирования бизнес-процессов	Зач01

1. Какие типовые организационные схемы существуют и как выбрать наиболее подходящую для конкретной организации?
2. Какие стандартные инструменты и методики моделирования используются при создании организационных схем?
3. Какие преимущества и недостатки имеют различные типы организационных схем?
4. Какие факторы следует учитывать при выборе инструментов и методик моделирования для создания организационной схемы?
5. Как можно оценить эффективность выбранной организационной схемы и какие метрики следует использовать?
6. Какие риски связаны с неправильным выбором организационной схемы и как их можно минимизировать?
7. Какие возможности предоставляются стандартными инструментами и методиками моделирования при создании организационных схем?
8. Как можно использовать моделирование для оптимизации организационных процессов и улучшения бизнес-процессов?
9. Какие тренды в области организационного проектирования могут повлиять на выбор организационной схемы и методик моделирования в будущем?
10. Какие лучшие практики существуют в области организационного проектирования и как их можно применить при создании организационной схемы?

8.2. Критерии и шкалы оценивания

При оценивании результатов обучения по практике в ходе промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой используются следующие критерии и шкалы.

Результаты защиты отчета по практике оцениваются максимально 100 баллами.

Критерии оценивания на защите отчета по практике

Показатель	Количество баллов
Соблюдение рабочего графика (плана) проведения практики	5
Отзыв руководителя практики от профильной организации	10
Качество оформления отчета по практике	5
Полнота выполнения задания на практику	10
Качество ответов на вопросы на защите	70
Всего	100

Итоговая оценка выставляется с использованием следующей шкалы

Оценка	Набрано баллов
«отлично»	81-100
«хорошо»	61-80
«удовлетворительно»	41-60
«неудовлетворительно»	0-40

Результат обучения по практике считается достигнутым при получении обучающимся оценки «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» по каждому из контрольных мероприятий, относящихся к данному результату обучения.