Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 06.11.2026 14:06:18
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки *54.04.01. ДИЗАЙН*

Профиль подготовки *КРЕАТИВНЫЙ ДИЗАЙН*

Квалификация выпускника *магистр*

Форма обучения *очная*

(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)

1. Общие положения

Программа ***маркетинговой*** практики разработана в соответствии с действующими нормативно-правовыми документами и локальными актами по соответствующему направлению подготовки:

1. Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г.;
2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 54.04.01. Дизайн, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «13» августа 2020г. № 1015;
3. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утв. Приказом Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 г. №245;
4. Положение о практической подготовке, утвержденное Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерством просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020г. №885/390 (с изменениями);
5. Локальные нормативные документы МГИК.

Настоящая программа определяет организацию и порядок проведения производственной практики, содержание и виды работ студентов в период прохождения практики, формы отчетности.

1.1. Цели и задачи практики

Цели:

Основной целью программы практики является формирование у студента прикладных исследовательских, экономических, управленческих компетенций по планированию и реализации бизнес-плана запуска новой дизайн-продукции; закрепление теоретических знаний в практической работе.

Задачи :

Лежат в области формирования компетенций обучающегося в **научно-исследовательской, проектной** и **организационно-управленческой деятельности** по профессиональной специализации (см. п. 2.2 данного ОПОП ВО):

В научно-исследовательской деятельности:

- Исследование законов восприятия дизайна человеком, анализ пользовательского опыта человека по отношению к изучаемым объектам дизайна
- Определение параметров проблемы рынка, планирование маркетинговых исследований;
- Проведение маркетингового исследования по заданным параметрам, анализ, оформление результатов исследований, подготовка материалов для принятия бизнес-решения;
- Овладение различными видами и методами маркетинговых исследований;

В проектной деятельности:

- Проектное исследование по выявлению проблематики проекта для разработки концепции;
- Эскизирование, моделирование возможных проектных решений, в том числе не имеющих аналогов;
- Проектный анализ и оценка предлагаемых проектных решений, выбор оптимального варианта к реализации;
- Разработка вариантов дизайн-решения, основанного на маркетинговых исследованиях;

В организационно-управленческой деятельности:

- Разработка ТЗ на проектирование;
- Планирование работ по проектированию и контроль по выполнению этапов работ;

- Осуществление расчётных работ (сметных, бюджетных, ресурсных и др.) по реализации проекта;
- Осуществление авторского надзора и контроля за проведением работ по производству объектов графического и коммуникативного дизайна;

1.2. Вид практики, способы и формы ее проведения

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и проводится в соответствии с утвержденным рабочим учебным планом, календарным учебным графиком и программой учебной практики в целях приобретения студентами первичных навыков профессиональной деятельности, ознакомления и углубления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения.

Вид практики: производственная

Тип практики: маркетинговая

Форма проведения практики: концентрированная

Способы проведения практики: стационарная

Практика позволяет получить опыт практической работы в составе профилированной организации в области рекламы и маркетинга, выступающей стороной заказчика при создании дизайн-проектов новой продукции

1.3. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Компетенции обучающегося, формируемые в ходе прохождения практики.

Компетенция (код и наименование)	**Индикаторы компетенций**	**Результаты обучения**
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2. Осуществляет поиск концептуальных решений поставленной задачи по различным типам подходов, оценивая их достоинства и недостатки;	***Знать:*** - Основные источники информации в различных сферах жизни и профессиональной деятельности; - Принципы оценки идей, решений, концепций применительно к поставленной задаче; ***Уметь:*** - Сформулировать точный запрос на получение необходимой информации; - Применять критерии оценки информации; ***Владеть:*** - Совокупностью навыков в поиске информации применительно к поставленной задаче;
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2. Изучает и сохраняет традиционные культурные ценности народов и этнических групп России	***Знать:*** - Специфику этнокультурных особенностей народов России; ***Уметь:*** - Толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные различия взаимодействия; особенности межкультурных коммуникаций; ***Владеть:***

		- Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп;
	УК-5.3. Применяет в своей творческой деятельности мотивы и элементы традиционного культурного наследия народов России и других стран и регионов	***Знать:*** - Основные черты визуальной культуры народов России и народов других стран ***Уметь:*** - Выявлять художественное содержание произведений искусства национальной культуры ***Владеть:*** - Навыками применения элементов культурного кода, художественного языка и традиционных мотивов визуальной культуры в творческой работе по специальности
ОПК-4 Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу	ОПК-4.1. Проводит мониторинг ключевых мероприятий, выставок, конкурсов, фестивалей в области искусства и дизайна	***Знать:*** - Осведомлён о ключевых творческих и профессиональных мероприятиях профессиональной сферы; ***Уметь:*** - Находить информацию по мероприятиям профессиональной сферы; ***Владеть:*** - Цельным временным видением событий профессиональной сферы, цикличности мероприятий, их значимости и профессионального «веса»
	ОПК-4.2. Планирует участие в мероприятиях профессионального уровня в области искусства и дизайна с инновационными разработками и экспериментальными идеями произведений искусства и дизайна	***Знать:*** - Знает формы и регламенты проведения выставок, конкурсов, фестивалей и других профессиональных творческих мероприятий; ***Уметь:*** - Планировать свое участие в мероприятиях профессиональной сферы; ***Владеть:*** - Навыками оформления заявок, резюме, форм для участия в мероприятиях профессиональной сферы как наблюдатель и участник; - Создаёт инновационные экспериментальные произведения для участия в профессиональных конкурсных мероприятиях
ПК-1 Способен создавать сложные комплексные художественные и дизайн-проекты; находить креативные решения открытых проблем в дизайне; вырабатывать оригинальный подход с выраженным авторским мировоззрением к проектам	ПК-1.1. Способен выявлять актуальную проблематику в области дизайна применительно к социальным и культурным условиям в современном обществе	***Знать:*** - Формы и инструменты научного и прикладного исследования; - Нормативные требования к оформлению проектной документации;
	ПК-1.3. Владеет на профессиональном уровне инструментарием дизайнера, использует его для решения стандартных задач и закрытых	***Уметь:*** - Определять актуальную проблематику проекта;

различного назначения и большой социальной значимости; прогнозировать и формировать парадигму дизайна ближайшего будущего.	ПК-1.4. Использует в творческой проектной деятельности формы и инструменты научного исследования, смежных видов искусства и дизайна	- Проектировать с использованием междисциплинарного подхода; - Сформулировать авторский взгляд на проектную задачу; ***Владеть:*** - Создавать сложные комплексные дизайн-проекты; - Находит оригинальные решения в работе над проектом; Оформляет проектные решения по установленным требованиям к проектной документации
ПК-3 Способен применять экономические знания и инструменты в прикладной деятельности в области дизайна; оформлять комплекс проектной и финансовой расчётной документации; создавать бизнес-план проекта в области дизайна.	ПК-3.1. Обладает навыками создания ресурсных и сметных расчётов, перечня работ, планов-графиков проектирования и производственного цикла работ по реализации дизайн-проекта ПК-3.3. Обладает актуальными знаниями ценообразования материалов, готовых продуктов, стоимости работ и проектирования в области своей профессиональной деятельности ПК-3.5. Способен разработать бизнес-проект, бизнес-план в контексте своей профессиональной деятельности ПК-5.4. Применяет в работе нормативные документы по трудовым вопросам, техническим, санитарным, противопожарным и др. требованиям государственных надзорных органов	***Знать:*** - Основы экономической деятельности в области специализации; - Ценообразование в области профессиональной деятельности; - Нормативные требования к оформлению финансовых, сметных, отчетных документов; ***Уметь***: - Формировать бюджет проекта; - Осуществлять мониторинг рынка технических новаций, материалов, IT-продуктов и т.п., применяемых в профессиональной деятельности по специализации; ***Владеть:*** - Разрабатывает детальный бюджет проекта; Создает бизнес-план проекта или организации по профилю деятельности

ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

в соответствии с этапами формирования компетенций

Код и содержание компетенции	Описание этапов формирования индикаторов компетенций		Наименование оценочных средств
	Индикаторы компетенций	Результат прохождения практики	

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2.	***Знать:*** - Основные источники информации в различных сферах жизни и профессиональной деятельности; - Принципы оценки идей, решений, концепций применительно к поставленной задаче; ***Уметь:*** - Сформулировать точный запрос на получение необходимой информации; - Применять критерии оценки информации; ***Владеть:*** - Совокупностью навыков в поиске информации применительно к поставленной задаче;	Дневник прохождения Практики Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу Текущий контроль
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2.	***Знать:*** - Специфику этнокультурных особенностей народов России; ***Уметь:*** - Толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные различия взаимодействия; особенности межкультурных коммуникаций; ***Владеть:*** - Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп;	Дневник прохождения Практики Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу Текущий контроль
	УК-5.3.	***Знать:*** - Основные черты визуальной культуры народов России и народов других стран ***Уметь:*** - Выявлять художественное содержание произведений искусства национальной культуры ***Владеть:*** - Навыками применения элементов культурного кода, художественного языка и традиционных мотивов визуальной культуры в творческой работе по специальности	
ОПК-4 Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях;	ОПК-4.1.	***Знать:*** - Осведомлён о ключевых творческих и профессиональных мероприятиях профессиональной сферы; ***Уметь:*** - Находить информацию по мероприятиям профессиональной сферы; ***Владеть:*** - Цельным временным видением событий профессиональной сферы, цикличности мероприятий, их значимости и профессионального «веса»	Дневник прохождения Практики Задания для практического выполнения в соответствии с индивидуальным

разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу	ОПК-4.2.	***Знать:*** - Осведомлён о ключевых творческих и профессиональных мероприятиях профессиональной сферы; ***Уметь:*** - Находить информацию по мероприятиям профессиональной сферы; ***Владеть:*** - Цельным временным видением событий профессиональной сферы, цикличности мероприятий, их значимости и профессионального «веса»	заданием и программой практики. Раздел 2. Знакомство с методикой проведения маркетингового исследования Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу Раздел 4. Подготовка отчёта по маркетинговой практике Зачет
ПК-1 Способен создавать сложные комплексные художественные и дизайн-проекты; находить креативные решения открытых проблем в дизайне; вырабатывать оригинальный подход с выраженным авторским мировоззрением к проектам различного назначения и большой социальной значимости; прогнозировать и формировать парадигму дизайна ближайшего будущего.	ПК-1.1; ПК-1.3; ПК-1.4.	***Знать:*** - Формы и инструменты научного и прикладного исследования; - Нормативные требования к оформлению проектной документации; ***Уметь:*** - Определять актуальную проблематику проекта; - Проектировать с использованием междисциплинарного подхода; - Сформулировать авторский взгляд на проектную задачу; ***Владеть:*** - Создавать сложные комплексные дизайн-проекты; - Находит оригинальные решения в работе над проектом; - Оформляет проектные решения по установленным требованиям к проектной документации	Дневник прохождения практики Задания для практического выполнения в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики. Раздел 1. Планирование рабочего графика маркетинговой практики Раздел 2. Знакомство с методикой проведения маркетингового исследования Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу Раздел 4. Подготовка отчёта по маркетинговой практике Зачет

ПК-3 Способен применять экономические знания и инструменты в прикладной деятельности в области дизайна; оформлять комплекс проектной и финансовой расчётной документации; создавать бизнес-план проекта в области дизайна.	ПК-3.1; ПК-3.3; ПК-3.5.	***Знать:*** - Основы экономической деятельности в области специализации; - Ценообразование в области профессиональной деятельности; - Нормативные требования к оформлению финансовых, сметных, отчетных документов; ***Уметь***: - Формировать бюджет проекта; - Осуществлять мониторинг рынка технических новаций, материалов, IT-продуктов и т.п., применяемых в профессиональной деятельности по специализации; ***Владеть:*** - Разрабатывает детальный бюджет проекта; Создает бизнес-план проекта или организации по профилю деятельности	Дневник прохождения практики Задания для практического выполнения в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики. Раздел 1. Планирование рабочего графика маркетинговой практики Раздел 2. Знакомство с методикой проведения маркетингового исследования Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу Раздел 4. Подготовка отчёта по маркетинговой практике Зачет

1.4. Место практики в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части Блока 2. Практики, образовательной программы по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, профиля Графический дизайн.

Маркетинговая практика закрепляет и углубляет профессиональные знания, умения и навыки, полученные обучающимися в учебном процессе за 3-6 семестры обучения в магистратуре по профилю Креативный дизайн по дисциплинам:

Дизайн-проектирование;

Проектно-технологическая практика

Маркетинговая практика – звено планомерного профессионального становления графического дизайнера и направлена на закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности, в том числе в дисциплинах ОПОП ВО:

Дизайн-проектирование;

Проектно-технологическая практика

Преддипломная практика

Выполнение и защита ВКР

1.5. Объем и продолжительность практики

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Маркетинговая практика» составляет 3 з.е, 108 акад. часов, из них контактных 2 акад.ч., СРС 106 акад.ч., формы контроля зачет в 3 семестре В соответствии с графиком учебного процесса данная практика проходит на 2-м курсе (3 семестр)

1.6. Руководство и организация проведения практики

Производственная маркетинговая практика проводится в организациях по профилю профессиональной деятельности (предприятиях, учреждениях, фирмах разных типов), а также в структурных подразделениях МГИК, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Прохождение практики в сторонних профильных организациях организуется в соответствии с заключенными договорами о практической подготовке.

Для руководства практикой назначаются руководитель/организатор учебного процесса практики из профессорско-преподавательского состава ведущей кафедры вуза и руководитель практики из числа работников профильных организаций.

Руководитель практики, а также привлекаемый организатор учебной работы по практике от Института:

- ведет переговоры с профильными организациями, имеющими необходимую кадровую, информационную, технологическую и материально-техническую оснащенность в соответствии с требованиями ОПОП ВО для заключения договоров о практике;
- составляет совместный рабочий график (план) проведения практики;
- не позднее, чем за 10 дней до начала практики сообщает в профильную организацию о сроках проведения и количестве направляемых обучающихся;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- организует и проводит установочные и итоговые конференции по практике (при наличии в рабочей программе практики);
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися;
- контролирует соблюдение обучающимися правил по охране труда и пожарной безопасности при выполнении практических занятий по практической подготовке.

Непосредственное руководство обучающимися в период практики от профильной организации осуществляется сотрудником, назначенным руководителем базы практики. Руководителем производственной практики может быть начальник структурного подразделения или квалифицированный специалист учреждения, имеющий достаточный стаж и опыт практической работы. Руководитель практики от учреждения осуществляет контроль за качеством выполняемой обучающимися работы.

Руководитель практики от профильной организации:

- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка;
- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся, обеспечивающие наибольшую эффективность в освоении ими необходимых компетенций;
- соблюдает согласованные с Институтом сроки прохождения практики;
-предоставляет практикантам возможность пользоваться имеющимися информационными, методическими и материально-техническими ресурсами в зависимости от специфики вида практики;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- осуществляет координацию работы и консультирование обучающихся для подготовки отчета по практике и выпускной квалификационной работы в период прохождения преддипломной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

В период прохождения практики, обучающиеся полностью подчиняются внутреннему распорядку учреждения, соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

Обучающиеся, не прошедшие маркетинговую практику по уважительной причине, проходят практику по индивидуальному плану. Обучающиеся, не прошедшие практику при отсутствии уважительной причины или получившие оценку «неудовлетворительно» при промежуточной аттестации результатов прохождения практики, считаются имеющими академическую задолженность.

2. Содержание практики

№№	Контролируемые темы	Код контролируемой компетенции/индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Раздел 1. Планирование рабочего графика маркетинговой практики	УК-1.2, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-3.1, ПК-3.5.	Задания для практического выполнения в соответствии с индивидуальным заданием и программой практики. Дневник прохождения практики. Отчет о прохождении практики. Защита отчета по результатам практики. Зачет.
2.	Раздел 2. Знакомство с методикой проведения маркетингового исследования	УК-1.2, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-3.1, ПК-3.5.	
3.	Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу	УК-1.2, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-3.1, ПК-3.5.	
4.	Раздел 4. Подготовка отчёта по маркетинговой практике	УК-1.2, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-3.1, ПК-3.5.	

Раздел 1. Планирование рабочего графика маркетинговой практики

Цель – ознакомление со специализированной профессиональной деятельностью – проведением маркетингового исследования по созданию дизайн-продукта или разработке маркетинговой модели его продвижения.

Вводные мероприятия:

1. Инструктаж представителя профильной организации для студентов по внутренним правилам организации.
2. Ознакомление с правилами проведения публичного исследования и сбора персональных данных.
3. Закрепление за студентом персонального кейса-задания на практику.
4. Представление студентам руководителя практики от профильной организации.
5. Распределение и закрепление студентов по структурным подразделениям профильной организации.

Задания:

1. Разработка и согласование с профильной организацией плана-графика практики
2. Определение и подготовка конкретных действий по реализации план-графика практики

Методические указания по изучению раздела 1.

После проведения вводных мероприятий и инструктажа практикантов, они допускаются к работе в профильной организации. Выполнение индивидуального плана обучающегося на практику контролируется руководителем практики от организации в текущем контроле ежедневно. Практикант выполняет следующие действия:

1. Изучение организационной структуры и функциональных задач принимающей организации.
2. Прохождение инструктажа по технике безопасности, должностным инструкциям, использованию оборудования
3. Знакомство с назначением производственного оборудования
4. Уточнение и планирование конкретных объёмов и перечня работ по практике
5. Оформление плана-графика работ
6. Подготовка инструментов и оборудования для проведения работ по практике

Раздел 2. Знакомство с методикой проведения маркетингового исследования Цель – освоение первичных практических навыков по выполнению маркетингового исследования

Задания:

1. Изучить формы маркетингового исследования (массовый опрос, наблюдения, фокус-группы и др.)
2. Выбор наиболее эффективной формы маркетингового исследования
3. Изучить регламент маркетингового исследования
4. Определить механизм и разработать план-график исследования (спланировать время, место проведения исследования)
5. Подготовить форму опроса респондентов (бумажная, электронная, телефонная)

Методические указания по изучению раздела 2.

Специалисты принимающей организации проводят обучение процедурам маркетингового исследования. Практикант производит подготовительную работу к исследованию под контролем руководителей практики со стороны организации, готовит документы к опросу, проходит тренинг. Практикант выполняет следующие действия:

1. Изучает проблематику исследования и анализирует возможные подходы, формы исследования

2. Выявляет контролируемые зоны маркетингового исследования
3. Изучает регламент процедуры избранной формы маркетингового исследования
4. Планирует проведение процедуры исследования, выбирает локацию, фокус-группы и т.п.

Раздел 3. Проведение маркетингового исследования по заданному кейсу

Цель – освоение практических навыков по выполнению опроса целевой аудитории (фокус-групп), наблюдений и других форм маркетингового исследования.

Задания:

1. Проведение опроса
2. Фиксация результатов опроса
3. Анализ результатов и оформление статистических данных

Методические указания по изучению раздела 3.

Практикант производит все необходимые действия по плану исследований. Обеспечивает необходимые процедуры по опросу фокус-групп или массового опроса. Оформляет документы установленным образом. Последовательные действия практиканта по выполнению задач раздела практики:

1. Заправить представленное оборудование расходными материалами и носителеями
2. Выполнить настройки оборудования для печати
3. Вывести файл на печать
4. Проследить работу оборудования и своевременно изъять готовую распечатку изделия
5. Произвести требуемую постобработку изделия: подрезку, ламинацию, наклеивание и т.п.
6. Произвести уборку, очистку производственного помещения
7. Произвести постпечатное обслуживание оборудования

Раздел 4. Подготовка отчёта по практике

Цель – освоение практических навыков по оформлению результатов исследования и
Задания:

1. Презентация произведенной продукции
2. Подготовка и оформление отчета по практике

Методические указания по изучению темы

Выполненные задания оформляются для включения в отчёт по практике. Установленная форма отчетности практиканта заполняется согласно требованиям по всем разделам отчёта. Практикант раскрывает суть, содержание своей работы, подтверждает её выполнение текстом, схемами, чертежами, изображениями, оформленными как презентация в составе отчёта по практике. При оформлении отчета практикант выполняет следующие действия:

1. Систематизация и фиксация своей работы
2. Изучение формы отчёта
3. Заполнение формы отчёта по своим записям и дневнику практики
4. Оформление маркетинговой документации и презентация результатов в отчёте
5. Внесение правок в отчет под контролем руководителя практики

3. Отчетность по практике

К основным компонентам отчетной документации прохождения практики относятся:

1) индивидуальное задание на практику;

2) дневник о прохождении практики студентом;
3) отчет об итогах прохождения практики;
4) характеристика с места прохождения студентом практики;
5) отзыв руководителя от института;
6) протокол защиты практики/зачетная ведомость.

Дневник практики студента-практиканта является важнейшим отчетным документом, а его составление и ведение – основополагающим элементом в организации и прохождении практики.

Структура дневника включает:

• титульный лист;

• содержание дневника, отражающее выполнение всех видов заданий в соответствии с программой практики.

Оформление дневника рекомендуется начинать с заполнения титульного листа. Вести дневник следует регулярно (ежедневно), точно и достоверно отражать информацию о проделанной работе, фиксировать наблюдения, формулировать личные выводы, замечания и предложения.

По завершении практики дневник сдается на проверку руководителю базы практики, который вносит свои замечания об итогах работы практиканта, заверяет записи дневника подписью и гербовой печатью организации.

Структура отчета о прохождении практики включает:

- Титульный лист
- Оглавление
- Введение (во введении раскрываются цель и задачи практики, указывается место ее проведения, а также указываются основные направления деятельности обучающегося во время прохождения практики в соответствии с ее программой и содержанием индивидуального задания).
- Основная часть.
- Структура и содержание практики (основная часть включает в себя перечень информации, предусмотренной программой практики и обозначенной в индивидуальном задании: теоретические аспекты проблем, связанных с задачами и содержательной частью практики; выполнение конкретных практических заданий; анализ деятельности профильной организации – базы практики по различным направлениям и т.д.)
- Заключение (в заключении обобщаются итоги и результаты проделанной работы студента во время прохождения практики; формулируются основные выводы о деятельности профильной организации – базы практики, даются практические рекомендации по совершенствованию различных аспектов ее функционирования; вносятся предложения студента по организации проведения и содержанию программы практики).
- Список использованных источников и литературы (список использованных источников может содержать перечень нормативных правовых источников, учебных, научных, справочных и периодических изданий, электронных и Интернет-ресурсов, используемых обучающимися для выполнения программы практики).
- Приложение к отчету по практике (В Приложение могут включаться копии документов (нормативных актов, положений, приказов, распоряжений, протоколов и др.), изученных и использованных обучающимися в период прохождения практики. Приложение может также содержать изографические материалы (диаграммы, схемы, графики, таблицы, рисунки, фотографии и т.д.), тематически связанные с заданиями практики или

иллюстрирующие отдельные направления деятельности профильной организации – базы практики).

Характеристика на студента, представляемая руководителем практики от организации, представляет собой обоснованное описание профессиональных и личностных качеств студента – его способностей, умений, навыков, качеств характера.

4. Перечень литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики.

4.1. Литература

Основная:

1. **Грашин, А.А.** Методология дизайн-проектирования элементов предметной среды (дизайн унифицированных и агрегатированных объектов) [Текст] : учеб. пособие. - М. : Архитектура-С, 2004. - 227, [2] с. : ил. - Библиогр.: с. 226-227. - ISBN 5-9647-0022-5 : 500-.

2. **Маркетинг** : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. "Маркетинг" и "Менеджмент" / [А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников и др.] ; Под ред. А. Н. Романова . - М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1995. - 558 с. : ил. - Библиогр.: с.541-545.

Дополнительная:

1.Техническая эстетика и дизайн: словарь / составители М. М. Калиничева, М. В. Решетова. — Москва : Академический Проект, 2020. — 356 с. — ISBN 978-5-8291-2575-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/132247 (дата обращения: 27.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей

4.2. Интернет-ресурсы, профессиональные базы данных

В процессе прохождения практики студенты могут использовать Интернет-ресурсы, содержащие учебный, научный (монографии, статьи), справочный материал, обогащающий и дополняющий литературно-документальные источники по курсу.

При осуществлении образовательного процесса по практике используется следующая информационная справочная система:

электронно-библиотечная система elibrary.

Доступ в ЭБС:

ЭБС ЛАНЬ, договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС ЮРАЙТ, договор с ООО «Электронное издательство Юрайт», режим доступа www.biblio-online.ru,неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей;

ЭБС РУКОНТ, договор с ООО "НЦР РУКОНТ", режим доступа https://lib.rucont.ru/search, неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей;

ЭБС УниверОnline, договор с издательством "Директ Медиа", режим доступа https://biblioclub.ru/, неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей;

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, режим доступа https://elibrary.ru/ Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

ЭБС IPRMedia

ЭБС Нексмедиа (Университетская библиотека онлайн