

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

АННОТАЦИЯ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования		
	Очная (дневная)	Заочная	Заочная (сокращенная)
Курс	4	5	4
Семестр	8	10	8
Всего часов по практике / зачетных единиц	216 / 6		

1. Краткое содержание программы практики (цели и задачи практики)

Целью практики является закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, их применение в ходе самостоятельной работы в организации по профилю специальности, а также сбор, анализ и подготовка материалов для написания дипломной работы.

Задачами практики являются: самостоятельное исследование актуальной научно-управленческой и/или научно-технической проблемы или решение реальных организационных, управленческих и технических задач по месту практики в организации, в ее структурном подразделении; углубление теоретических знаний, практических навыков и умений в области проектирования, программирования и применения информационных систем и технологий в сфере электронного маркетинга; развитие и углубление навыков самостоятельной работы, работы с литературой; овладение методикой проведения исследования, анализ выявленных особенностей, определение направлений для совершенствования и применения полученных знаний, проведение экспериментов при решении разрабатываемых проблем и задач; освоение принципов анализа технико-экономических показателей предприятий; освоение профессиональных систем, применяемых на предприятии, платформ и технологий; изучение практических требований к разработке проектных и программных решений в сфере электронного маркетинга; ознакомление с конкретными проектами, выполняемыми на предприятии, с учетом направления исследований; сбор и анализ информации и других материалов для выполнения дипломной работы.

2. Формируемые компетенции: уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач (АК-1), владеть системным и сравнительным анализом (АК-2), владеть исследовательскими навыками (АК-3), уметь работать самостоятельно (АК-4), быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью) (АК-5), владеть междисциплинарным подходом при решении проблем (АК-6), обладать навыками устной и письменной коммуникации (АК-8), уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни (АК-9), использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности (АК-10), ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики (АК-13), на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности (АК-14), обладать качествами гражданственности (СЛК-1), быть способным к социальному взаимодействию (СЛК-2), обладать способностью к межличностным коммуникациям (СЛК-3), быть способным к критике и само-критике (СЛК-5), уметь работать в команде (СЛК-6), осуществлять анализ рыночной ситуации и прогноз спроса с использованием математических и программных средств (ПК-1), разрабатывать стратегию маркетинга (определение рынка и его сегментирование, выбор целевых сегментов, позиционирование и разработка комплекса маркетинга) (ПК-2); планировать номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции, осуществлять управление товарным знаком (брендом) с целью увеличения объемов продаж (ПК-3); разрабатывать стратегии ценообразования, формы и модели цены, политику скидок (ПК-4); планировать и организовывать мероприятия по продвижению продукции и организации с помощью рекламы, связей с общественностью, личных продаж и акций в рамках стимулирования сбыта (ПК-5); создавать и/или оптимизировать систему каналов распределения продукции, сети посредников и/или фирменной торговли (ПК-6); планировать и проводить рекламные кампании в интернете, выбор форм и способов рекламы, подбор и обоснование наиболее эффективных онлайн-площадок для рекламы, составление рекламных текстов, технических заданий на баннеры, тизеры и другие рекламные модули, анализ эффективности кампаний (ПК-7); осуществлять ведение учетных записей (аккаунтов) компании в социальных сетях, поддержку групп пользователей и клиентов в социальных сетях и онлайн-форумах (ПК-8); осуществлять поисковое продвижение веб-сайта, включая работу с биржами ссылок, SEO-копирайтинг и рерайтинг, добавление сайтов в тематические каталоги, сотрудничество с партнерскими ресурсами, мониторинг изменений алгоритмов поисковых машин (ПК-9); проводить веб-аналитику, анализ интересов и поведения целевой аудитории ресурса, и осуществлять управление потоком посетителей сайта (трафиком) и его эффективностью (конверсией) (ПК-10); управлять структурой и содержательным наполнением (контентом) веб-сайта, анализировать и оптимизировать полезность, комфортность и понятность (юзабилити) веб-сайта для пользователя, осуществлять постановку технических заданий для дизайнеров и разработчиков, контролировать их выполнение (ПК-11); осуществлять электронный пиар, ведение блога организации, онлайн-копирайтинг, создание новостей, пресс-релизов и статей, а также их публикацию на различных сайтах с целью продвижения бренда, формирования лояльности, распространения сведений о компании и услугах, а также привлечения пользователей интернета на сайт (ПК-12); планировать и проводить кампании корпоративных рассылок маркетинговых материалов по электронной почте (ПК-13); использовать технологии мобильного маркетинга для продвижения продуктов и брендов, включая маркетинг через мобильные приложения и работу с QR-кодами (ПК-14); проводить предпроектное обследование, выявлять информационные потребности заказчика в области электронного маркетинга и формировать требования к проектируемой информационной системе (ПК-15); исследовать рынок информационных систем в области взаимодействия организации со своими покупателями (ПК-16); проводить анализ альтернативных решений в области информатизации, формирование критериев их отбора (ПК-17); разрабатывать проектную документацию (ПК-18); разрабатывать регламенты сопровождения и эксплуатации информационных систем в области электронного маркетинга (ПК-19); осуществлять проектирование, сопровождение и эксплуатацию информационных систем в области электронного маркетинга (ПК-20); составлять технические задания на разработку и модернизацию информационных систем в области электронного маркетинга (ПК-21); осуществлять моделирование предметной области, в том числе строить функциональные модели бизнес-процессов, модели потоков данных и потоков процессов, модели баз данных (ПК-22); участвовать в формировании политики организации (предприятия) в области информатизации ее деятельности и подготовке проектов соответствующих документов (концепций, планов, мероприятий, программ, решений и др.) (ПК-23); осуществлять тестирование программного обеспечения в области электронного маркетинга (ПК-24); разрабатывать техническую документацию к программному обеспечению в области электронного маркетинга (ПК-25); анализировать перспективы развития технологий и инструментов электронного маркетинга (ПК-26); проводить научные исследования с целью совершенствования методов проектирования, тестирования, оценки качества, внедрения и сопровождения программных решений и информационных систем в сфере электронного маркетинга (ПК-27); разрабатывать технические задания на проектируемую информационную систему с учетом результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (ПК-28); работать с юридической литературой и трудовым законодательством (ПК-29); организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей (ПК-30); взаимодействовать со специалистами смежных профилей (ПК-31); анализировать и оценивать собранные данные (ПК-32); вести переговоры с другими заинтересованными участниками (ПК-33); готовить доклады, материалы к презентациям (ПК-34); пользоваться глобальными информационными ресурсами (ПК-35); владеть современными средствами инфокоммуникаций (ПК-36); осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям (ПК-37); определять цели инноваций в сфере электронного маркетинга и способы их достижения (ПК-38); работать с научной, технической и патентной литературой (ПК-39); разрабатывать бизнес-планы инвестиционных проектов по созданию новых технологий (ПК-40); оценивать конкурентоспособность и экономическую эффективность разрабатываемых технологий (ПК-41).

3. Форма текущей аттестации: дифференцированный зачет.