ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

АННОТАЦИЯ
К ПРОГРАММЕ ПО ПРАКТИКЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 6-05-0611-04 «Электронная экономика»

Профилизация Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования	
	Очная (дневная)	Заочная
Курс	4	5
Семестр	8	10
Всего часов по практике / зачетных единиц	324 / 9	

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

Целями практики являются 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 организационно-экономической и/или научно-технической проблемы или решение реальных экономических, управленческих и технических задач по месту практики в организации, в ее структурном подразделении;

– закрепление навыков сбора, систематизации и анализа экономической информации;

– освоение профессиональных информационных систем, платформ и технологий, применяемых в организации;

– углубление теоретических знаний, практических навыков и умений в области проектирования, программирования и применения информационных систем и технологий в сфере электронного маркетинга;

– приобретение и развитие профессиональных умений, а также навыков решения практических задач в сфере электронного маркетинга;

– развитие и углубление навыков самостоятельной работы, работы с литературой;

– приобретение опыта работы в коллективе;

– сбор, систематизация, обобщение материала для выполнения дипломной работы.

2. Результаты обучения:

– закрепить теоретические знания в области экономики, информационных технологий и электронного маркетинга;

– овладеть практическими умениями давать оценку и предлагать экономически обоснованные решения, направленные на повышение эффективности бизнес-процессов организации, в том числе ее маркетинговой деятельности, на основе использования современных информационных технологий;

– овладеть практическими навыками по сбору, систематизации и анализу маркетинговой информации; профессиональной работы и решения практических задач в сфере электронного маркетинга.

3. Формируемые компетенции:

Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.

Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности.

4. Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.