

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
 Директор Школы инженерного
 предпринимательства
 Осадченко А.А.
 «29» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
 ПРИЕМ 2020 г.
 ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная**

Тип практики	Преддипломная практика		
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Период прохождения	с 29 по 38 неделю 2021/2022 учебного года		
Курс	2	семестр	4
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	15		
Продолжительность недель / академических часов	10 / 540		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная работа, ч	*		
Самостоятельная работа, ч	**		
ИТОГО, ч	540		

Вид промежуточной аттестации	Дифф. зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
------------------------------	------------------------	---------------------------------	--

Руководитель ООП		Павлова И.А.
Преподаватель		Борисова Л.М.

2020 г.

* - в соответствии с нормами времени, установленными Положением о расчете штатного расписания профессорско-преподавательского состава и иного персонала, привлекаемого к педагогической деятельности в учебных структурных подразделениях, формировании объема учебной нагрузки и иных видов работ преподавателей;

** - не более 54 часов в неделю (с учетом контактной работы).

1. Цели практики

Целями практики является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
УК(У)-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК(У)-4. В1	осуществления профессиональной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для академического и профессионального взаимодействия
		УК(У)-4.В2	Владеет опытом проведения переговоров для достижения баланса интересов государства и заинтересованных сторон
		УК(У)-4. У1	осуществлять профессиональную коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для академического и профессионального взаимодействия
		УК(У)-4.У2	Умеет предвидеть и управлять возможными рисками
		УК(У)-4. 31	содержания технологий и средств профессиональной коммуникации для академического и профессионального взаимодействия
		УК(У)-4.32	Знает основные подходы и принципы взаимодействия с государственными органами
УК(У)-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК(У)-6.31	Знает способы личностного роста с учетом профессиональной деятельности
		УК(У)-6.У1	Умеет определять задачи саморазвития, цели и приоритеты личностного роста с учетом профессиональной деятельности
		УК(У)-6.В1	Владеет возможностями и инструментами непрерывного образования применительно к собственным интересам и потребностям с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.В1	Владеет опытом выбора технологии продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-1.У1	Умеет применять технологию продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-1.31	Знает основные технологии продвижения продукта в цифровой среде
ПК(У)5	Способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ПК(У)-5.В1	Владеет опытом экспертизы инновационных проектов и процессов
		ПК(У)-5.В2	Владеет опытом использования методов стратегического анализа
		ПК(У)-5.В3	Владеет опытом анализа и декомпозиции бизнес-процессов организации инновационной деятельности предприятия, подразделения
		ПК(У)-5.В4	Владеет опытом построения финансово-экономической модели
		ПК(У)-5.У1	Умеет предвидеть возможные риски и управлять ими
		ПК(У)-5.У2	Умеет разрабатывать стратегию инновационной деятельности научно-производственного подразделения и план ее реализации
		ПК(У)-5.У3	Умеет моделировать бизнес-процессы организации
		ПК(У)-5.У4	Умеет осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ
		ПК(У)-5.31	Знает инфраструктуру инновационной деятельности
		ПК(У)-5.32	Знает методы стратегического анализа и планирования
ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения	ПК(У)-10.В 3	Владеет опытом разработки и реализации маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга
		ПК(У)-10.В 4	Владеет опытом формирования уникального контента и интерфейса сайта, страницы компании
		ПК(У)-10.В 5	Владеет опытом создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
		ПК(У)-10. У3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга
		ПК(У)-10. У4	Умеет прорабатывать содержание контента и интерфейса сайта, страницы на основании результатов проведенного аудита

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
	экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10. У5	Умеет оценивать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
		ПК(У)-10. 33	Знает основы разработки маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга и основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга
		ПК(У)-10. 34	Знает виды и принципы разработки контента (сообщений в блогах, социальных сообщений, инфографики, содержания веб-сайта, содержания целевой страницы)
		ПК(У)-10. 35	Знает программы и инструменты создания тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и оценки их эффективности
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В3	Владеет опытом продвижения товаров и услуги компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. В4	Владеет опытом разработки и диагностики эффективности реализации маркетинговой стратегии организации
		ПК(У)-13. У3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга в процессе реализации цифровой стратегии
		ПК(У)-13. У4	Умеет формировать бюджет цифровой стратегии компании
		ПК(У)-13. 33	Знает роль и значение цифровых каналов коммуникации как современных инструментов продвижения компании на рынке
		ПК(У)-13. 34	Знает методы и инструменты финансового планирования и юнит-экономики

2. Место практики в структуре ООП

Практика относится к вариативной части Блока 2 учебного плана образовательной программы.

3. Вид практики, способ, форма и место ее проведения

Вид практики: производственная.

Тип практики: Преддипломная практика

Формы проведения:

Дискретно (по виду практики) – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Способ проведения практики:

- стационарная;
- выездная.

Места проведения практики:

- профильные организации;
- структурные подразделения университета.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам предоставляются места практик с учетом их состояния здоровья и требований по доступности (в соответствии с рекомендациями ИПРА относительно рекомендованных условий труда).

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП

После прохождения практики будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения при прохождении практики		Компетенция
Код	Наименование	
РП-1.	Разрабатывать и реализовывать бизнес-задачи, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам комплекса маркетинга с применением основных подходов, методов и инструментов	УК(У)-4 УК(У)-6 ПК(У)-1 ПК(У)5

	цифрового маркетинга	ПК(У)-10 ПК(У)-13
РП-2	Анализировать информацию и базы данных о маркетинговой среде, создавать и отслеживать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д. для принятия маркетинговых и управленческих решений	ПК(У)-1 ПК(У)5 ПК(У)-10 ПК(У)-13
РП-3	Настраивать рекламные кампании в цифровом пространстве и отслеживать их эффективность; разрабатывать реферальные кампании для продвижения продукта в рамках стратегии SMM; создавать различные виды контента: сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы	ПК(У)-1 ПК(У)5 ПК(У)-10 ПК(У)-13
РП-4	Рассчитывать стоимость привлечения каждого нового клиента с помощью инструментов юнит-экономики, а также прогнозировать пожизненную ценность клиента (CLV), рассчитывать и анализировать жизненный цикл клиента	ПК(У)-1 ПК(У)5 ПК(У)-10 ПК(У)-13

5. Структура и содержание практики

Содержание этапов практики:

№ этапа	Этапы практики, краткое содержание (виды работ)	Формируемый результат обучения
1	<i>Подготовительный этап – ознакомление с заданием, определение методов и средств выполнения задания:</i> <ul style="list-style-type: none"> прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка; определение и согласование индивидуального задания с руководителями практики от ТПУ и от предприятия; определение цели, задач и методов исследования 	РП-1
2	<i>Основной этап – выполнение индивидуального задания руководителя от предприятия:</i> <ul style="list-style-type: none"> сбор и обработка данных о компании, видах и специфике деятельности, предоставляемых продуктах и услугах; анализ полученной информации от специалистов компании о целях, процессе разработки, логике построения и структуре рекламной кампании разработка рекламных кампаний в Яндекс.Директ/Google Adwords/таргетированной рекламы в социальных сетях; запуск рекламных кампаний в Яндекс.Директ/Google Adwords/таргетированной рекламы в социальных и оценка их эффективности; разработка рекомендаций по развитию стратегии продвижения компании в цифровой среде. 	РП-1 РП-2 РП-3 РП-4
3	<i>Научно-исследовательская работа – выполнение индивидуального задания руководителя от ТПУ:</i> <ul style="list-style-type: none"> этап сбора, обработки и анализа полученной информации; изучение теоретических основ применяемых методов, технологий, инструментов; систематизация полученных результатов в соответствии с индивидуальным заданием 	РП-1 РП-2 РП-3
4	<i>Заключительный этап – оформление результатов практики и подготовка отчета:</i> <ul style="list-style-type: none"> подготовка отчета по практике подготовка доклада и презентации для защиты результатов практики 	РП-1

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики, обучающиеся предоставляют пакет документов, который включает в себя:

- дневник обучающегося по практике;
- отчет о практике.

7. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по практике в форме дифференцированного зачета проводится в виде защиты отчета по практике.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике является неотъемлемой частью настоящей программы практики и представлен отдельным документом в приложении.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

8.1. Учебно-методическое обеспечение:

Основная литература

1. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: Практикум: учебное пособие / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — Москва: Дашков и К, 2016. — 216 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93362> (дата обращения: 25.08.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Исследовательская и преддипломная практика: методические указания / О. М. Зиновьева, А. М. Меркулова, В. А. Муравьев, Н. А. Смирнова. — Москва: МИСИС, 2018. — 26 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115256> (дата обращения: 30.10.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Производственная преддипломная практика: методические указания / составители Н. А. Савельева, И. Ю. Столярова. — Сочи: СГУ, 2018. — 50 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147856> (дата обращения: 30.10.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Иванкина, Л. И. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие / Л. И. Иванкина; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — URL: <https://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2014/m496.pdf> (дата обращения 25.08.2020). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ. — Текст: электронный.
2. Меликян, О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. — 4-е, изд. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93311> (дата обращения: 25.08.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом: учебник / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. — Москва: Юрайт, 2014. — URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2014/FN/fn-57.pdf> (дата обращения 25.08.2020) — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ. — Текст: электронный.
4. Романов, А. А. Маркетинг: учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. — Москва: Дашков и К, 2016. — 440 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93316> (дата обращения: 25.08.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва: Дашков и К, 2017. — 296 с. — Текст: электронный // Лань:

электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93419> (дата обращения: 25.08.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.2. Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Университетская информационная система Россия – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

9. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

При проведении практики на базе ТПУ используется следующее оборудование:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 368	Компьютер - 16 шт.; Принтер - 4 шт.; Проектор - 2 шт. Доска аудиторная поворотная - 1 шт. Комплект учебной мебели на 14 посадочных мест;

При проведении практики на базе предприятий-партнеров (профильных организаций) используемое материально-техническое обеспечение должно обеспечивать формирование необходимых результатов обучения по программе.

Перечень предприятий-партнеров (профильных организаций) для проведения практики:

№	Наименование организации	Реквизиты договора (наименование договора, номер, дата, срок действия договора)
1.	АНО ДО «Детский технопарк «Кванториум»	Договор об организации практики № 14-д/общ/20 от 27.05.2020. Срок действия договора – 31.12.2025.
2.	ОАО «Манотомь», г. Томск	Договор о практической подготовке № 1110-общ от 26.05.2017. Срок действия – 31.08.2020.
3.	ООО «ГеоСпэйс»	Договор о стратегическом партнерстве № 22849 от 12.11.2018. Срок действия договора – бессрочно.
4.	ООО «К-МЕДИА»	Договор о сотрудничестве № 2185830 от 14.05.2019. Срок действия договора – бессрочно.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика / специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2020 г., очная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	ФИО
Доцент ШИП	Борисова Л.М.
Доцент ШИП	Корнева О.Ю.

Программа одобрена на заседании школы инженерного предпринимательства (протокол от 29.06.2020 г. №3)

Директор
Школы инженерного предпринимательства
к.т.н



/А. А. Осадченко/

подпись