

Управление культуры Администрации города Екатеринбурга
муниципальное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Екатеринбургская академия современного искусства»
(институт)
Кафедра социокультурного развития территории

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-
воспитательной работе

 А.С. Славина
2019



Учебная практика 2

(получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Направление подготовки: 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

Направленность (профиль) подготовки:

«Арт- и спорт-маркетинг»

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: для заочной формы обучения

Екатеринбург

2019

Программа учебной практики № 2 для студентов, обучающихся по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки, направленность (профиль) подготовки «Арт- и спорт-маркетинг». Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства, 2019. 21 стр.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

Составитель:

доцент кафедры социокультурного развития территории _____ И.М. Аликперов

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социокультурного развития территории. Протокол № 1 от 02.09.2019.

Зав. кафедрой _____ С.В. Казакова

1. Цель и задачи практики

1.1. Цель учебной практики: формирование первичных профессиональных умений и навыков научно-исследовательской деятельности в процессе изучения маркетинговой деятельности организаций сферы культуры и спорта.

1.2. Задачи практики:

1. Участие в профильной научно-практической конференции.
2. Анализ маркетинговой деятельности конкретного учреждения сферы культуры и спорта с применением экономических методов анализа поведения потребителей и производителей.
3. Выявление потенциальных возможностей учреждений культуры и спорта и разработка рекомендаций по применению современных маркетинговых технологий на примере продвижения конкретной услуги (товара).
4. Ведение дневника практики, подготовка отчета в соответствии с требованиями по его структуре, содержанию и оформлению.

2. Вид, тип, форма и способ организации практики:

2.1. Вид практики: учебная.

2.2. Тип практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

2.3. Формы проведения практики определяются в зависимости от сроков проведения: дискретная (в ходе учебного года).

2.4. Сроки прохождения практики: дискретная; для студентов заочной формы обучения, 3 курс, 6 семестр.

2.5. Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

2.6. Способы проведения практики: стационарная практика – проводится в организациях культуры, досуга и спорта, расположенных на территории города Екатеринбурга (для студентов очной формы обучения); для студентов заочной формы обучения – в Екатеринбурге и на других территориях.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики

3.1. Практика направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки: ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

3.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения при прохождении практики (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности) **и планируемых результатов освоения образовательной программы** (компетенций обучающегося):

Таблица 1

Результатов освоения образовательной программы

Код и название компетенции	Содержание компетенции		
	знания	умения	Навыки и (или) опыт деятельности

<p>ПК-9 – способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах</p>	<p>знать основные понятия, модели неоклассической институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики для разработки маркетинговых проектов</p>	<p>уметь проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; использовать экономические инструменты для анализа внутренней и внешней среды организации; анализировать основные экономические события в своей стране и за ее пределами, находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики и для разработки локальных маркетинговых проектов</p>	<p>владеть экономическими методами анализа поведения потребителей и производителей</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------

4. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная практика является обязательным видом учебной работы обучающихся, входит в раздел Б2 «Практики (Вариативная часть)» по направлению подготовки 05.03.01 Искусство и гуманитарные науки.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков имеет содержательную взаимосвязь с дисциплинами базовой и вариативной частей учебного плана (Технологический практикум по профилю, Социальные практики, Основы маркетинга), а также с задачами курсовой работы №1. В дальнейшем данный вид практики является основой для прохождения производственной и преддипломной практик.

5. Объем практики

Согласно утвержденному учебному плану, объем учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 108 часов, 3 зач. ед.

6. Содержание (структура) практики

Таблица 2

Виды деятельности студента во время практики и их содержание

№	Этапы деятельности	Содержание деятельности	Количество часов
1	Организационный этап	<ul style="list-style-type: none"> – Участие в установочной конференции: постановка целей и задач практики; – Определение учреждения-базы практики и руководителя от учреждения; – Инструктаж по технике безопасности. – Составление индивидуального плана прохождения практики. – Консультации с руководителями практики 	8
2	Ознакомительный этап	<ul style="list-style-type: none"> – Выполнение задание 1. Участие в научном событии экономической, маркетинговой, культурной или спортивной тематики, описать его по плану. – Характеристика научного мероприятия: Тема и перечень обсуждаемых вопросов Дата, время и место проведения Организаторы (краткая характеристика) Партнеры мероприятия Целевая аудитория, количество участников Проанализировать активность в продвижении данного события (сайт мероприятия/ информация на сайте организатора и др. источники) 	20
3	Технологический этап	<ul style="list-style-type: none"> – Выполнение задания №2 (общая характеристика учреждения культуры или спорта, анализ маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта) – Выполнение задания №3 (выявление ресурсов учреждения, рекомендации) – Выполнение задания 4 (самоанализ деятельности по итогам прохождения практики, заполнение рабочей документации, ведение дневника практики) 	50
4	Аналитический этап	<ul style="list-style-type: none"> – Оформление материалов отчета по результатам практики. – Обсуждение отчета с руководителями практики, внесение корректировок в отчет. – Подготовка к итоговой конференции (подготовка дневника, доклада и создание мультимедийной презентации) 	20
5	Заключительный этап	<ul style="list-style-type: none"> – Участие в итоговой конференции (защита отчета по итогам учебной практики). 	10
Итого: 38 (оргработа)/20 (участие в НИР)/50 (маркетинг)			108

Задания на практику

Задание 1: принять участие в научном событии (научная конференция, круглый стол, панельная дискуссия) экономической, маркетинговой, культурной или спортивной тематики, описать его по плану.

Задание 2: охарактеризовать учреждение культуры или спорта практики; проанализировать основные направления его маркетинговой деятельности.

Задание 3: выявить потенциальные возможности в маркетинговой деятельности данного учреждения культуры или спорта и сформулировать рекомендации на примере продвижения конкретных услуг или товаров.

Задание 4: самоанализ деятельности по итогам прохождения практики (какие знания получили, умения сформировали), заполнение рабочей документации, ведение дневника практики, оформление материалов отчета.

7. Формы отчетности по практике

Формы отчетности:

– отчет по практике, в приложениях которого должны быть представлены: свод-график практики, дневник практики; оценочные листы.

– выступление на итоговой конференции (с презентацией).

Все формы отчетности по практике сдаются на кафедру на бумажном и электронном носителях (CD-диск).

Отчет содержит анализ результатов выполнения обучающимся всех заданий по практике. В Приложении к Отчету должен быть представлена документация по практике (свод-график, дневник практики, оценочные листы, сертификаты участия (в конференции), фотодокументы и иные документы, подтверждающие активность студента).

Свод-график прохождения практики – документ планирования и распределения выполнения задач практики в рамках сроков ее проведения.

Дневник отражает процесс прохождения практики обучающимся. В дневнике фиксируется содержание индивидуального задания на практику и факт его выполнения, график консультирования с руководителями практики от учреждения культуры или спорта и академии, ход выполнения каждого задания с указанием затраченного времени. Дневник является частью отчета по практике.

Обязательной формой приложения к отчету является **мультимедийная презентация**, используемая студентом в процессе публичной защиты материалов отчета при выступлении на итоговой конференции по практике.

Структура отчета о прохождении учебной практики

Отчет о прохождении практики содержит следующие компоненты (образцы см. в Приложении):

Титульный лист

Содержание

Список использованных источников

Приложения:

- Свод-график практики
- Дневник практики
- Лист оценки руководителя от базы практики с печатью
- Лист оценки руководителя практики от кафедры
- Фотоматериалы, скриншоты, благодарственные письма и иные документы, необходимые для обоснования выполнения заданий и подтверждения достижений студента во время практики.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

8.1. Перечень компетенций с указанием уровней их формирования

Компетенция ПК-9 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных уровнях формирования, описание шкал оценивания

Таблица 3

Показатели и критерии

Код компетенции	Критерии оценивания компетенций в соответствии с уровнем освоения ОП, шкалы оценивания		
	Пороговый 55-70 баллов	Базовый 71-85 баллов	Повышенный 86-100 баллов
ПК-9	<p>Знает об основных направлениях маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта, основных инструментах ее реализации;</p> <p>Умеет использовать основные методы исследования маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта;</p> <p>Владеет навыками изучения маркетинговой деятельности учреждений культуры и спорта для создания социокультурных проектов</p>	<p>Знает - алгоритм анализа маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта;</p> <p>-знает актуальные маркетинговые задачи для учреждений культуры и спорта;</p> <p>Умеет устанавливать взаимосвязь между отдельными элементами комплекса маркетинга;</p> <p>Владеет инструментами исследования применения маркетинга в деятельности учреждений культуры и спорта для создания социокультурных проектов</p>	<p>Знает специфику применения маркетинга в сфере культуры и спорта, владеет инструментами маркетингового исследования в данной сфере;</p> <p>Умеет анализировать и объяснять использование элементов комплекса маркетинга в деятельности учреждения культуры и спорта;</p> <p>Владеет навыками выявления потенциальных возможностей в совершенствовании маркетинговой деятельности в соответствии с актуальными потребностями развития социокультурной ситуации г. Екатеринбурга для создания социокультурных проектов</p>

8.3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.

1. Охарактеризовать ведомственную принадлежность учреждения культуры или спорта – базы практики (федеральное, областное муниципальное государственное учреждение культуры, ИП, некоммерческая организация, иное).
2. Обозначить основной вид деятельности учреждения.
3. Описать идеологию (миссию) учреждения, его цели и задачи согласно Уставу.
4. Описать целевую аудиторию потребителей.
5. Перечислить и охарактеризовать наиболее значимые проекты учреждения.
6. Перечислить нормативные документы, являющиеся основанием для функционирования учреждения (лицензии, устав и т.д.).
7. Графически представить организационную структуру учреждения.
8. Какие сотрудники, каких структурных подразделений. выполняют маркетинговые задачи.
9. Перечислить применяемые инструменты маркетинга в практической деятельности учреждения культуры или спорта.
10. Перечислить процедуры контроля и управления (оперативное совещание, система мониторинга, аналитическая информация и т.д.) маркетинговой деятельностью.
11. Перечислить процедуры информационного обмена и взаимодействия с потребителями и партнерами.
12. Охарактеризовать результаты деятельности учреждения, назвать примеры влияния на развитие социокультурной среды города (3-5 примеров).
13. Выявить проблемы в маркетинговой деятельности учреждения – базы практики.
14. Представить предложения по сотрудничеству с ЕАСИ (прохождение практики студентами ЕАСИ, спонсорство, предоставление площадей, совместные проекты и т.д.).

8.4. Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и опыта деятельности

Дифференцированный зачет по практике проводится в виде итоговой конференции. Каждый студент представляет результаты прохождения практики в виде письменного отчета по практике и устного публичного доклада о результатах прохождения практики, сопровождаемого мультимедийной презентацией.

На доклад обучающемуся предоставляется 7 минут, последующее обсуждение – 5-10 минут.

Для проведения процедуры публичной защиты результатов практики на итоговой конференции требуется учебная аудитория с мультимедийным оборудованием.

Защита проводится при участии комиссии (3 человека) из числа преподавателей кафедры социокультурного развития территории.

8.5. Итоговая оценка

Итоговая сумма баллов складывается из следующих показателей:

- оценка руководителя практики от учреждения-базы практики (30 баллов) (См. Приложение 4)
- оценки руководителя практики от кафедры (30 баллов) (См. Приложение 5);
- оценка за доклад, презентацию и ответы на вопросы на итоговой конференции (40 баллов).

Система оценивания уровня сформированности компетенций руководителями практики (от профильной организации и от кафедры)

Код и название компетенции	Содержание компетенции	Баллы	
		min	max
ПК-9	Знать: - основные понятия, модели неоклассической институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики - содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности	5	10
	Уметь: - проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; - использовать экономические инструменты для анализа внутренней и внешней среды организации; -- анализировать основные экономические события в своей стране и за пределами, находить и использовать информацию, необходимую для ориентирования в основных текущих проблемах экономики; - планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения в рамках социокультурных проектов	5	10
	Владеть: - экономическими методами анализа поведения потребителей и производителей; - владеть маркетинговыми приемами социокультурного проектирования	5	10
	Итого	15	30

Таблица 5.

Система оценивания публичной защиты результатов прохождения практики

№	Вид	Критерии оценки	Баллы	
			min	max
1	Устный доклад	– Логичность изложения, степень свободы владения материалом – Обоснование результатов анализа маркетинговой деятельности учреждения культуры; – Способность к демонстрации собственной позиции	5	10

2	Мультимедийная презентация	<ul style="list-style-type: none"> – Логика содержания презентации – Оформление презентации – Демонстрация уровня ИКТ-компетентности 	5	10
3	Отчет	<ul style="list-style-type: none"> - Знание основных инструментов маркетинговой деятельности учреждения культуры; - Демонстрация умения обобщать материал и делать выводы; - Аргументация нормативно-правовых оснований для анализа проектной деятельности учреждения – Своевременное предъявление отчета, оформленного в соответствии с требованиями 	5	10
4	Ответы на вопросы	<ul style="list-style-type: none"> – Умение оппонировать, аргументировано отвечать на вопросы – Демонстрация мотивированной потребности в профессиональном развитии – Полнота и грамотность ответа, наличие культуры коммуникации. 	5	10
	Итого		20	40

Итоговая оценка определяется по шкале оценивания результатов учебной практики:

- от 50 до 70 – оценка «удовлетворительно»;
- от 71 до 85 – оценка «хорошо»;
- от 86 до 100 – оценка «отлично».

Таблица 6

Сводная таблица оценки результатов прохождения практики

№	Вид оценки	Баллы	
		min	max
1	Оценка руководителя от профильной организации	15	30
2	Оценка руководителя от кафедры	15	30
3	Оценка защиты результатов практики	20	40
	Итого	50	100

8.6. Лист оценивания руководителя практики (от профильной организации и кафедры)

Руководители практики заполняют листы оценивания (Приложения 5-6), в котором руководитель оценивает профессиональные качества практиканта и качество выполненной работы, степень реализации программы практики. Руководитель оценивает ответственность, самостоятельность, трудовую дисциплину, коммуникабельность практиканта, вносит предложения по корректировке заданий практик.

9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

9.1. Основная литература

1. Реброва Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата. М. : Юрайт, 2019. 277 с. (Бакалавр. Прикладной курс). ISBN 978-5-534-03466-0. // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433123>.

2. Положение об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ. – Екатеринбург: в текущей редакции.
3. Положение о практике. Екатеринбург: ЕАСИ, 2018. 18 с.

9.2. Дополнительная литература, интернет-ресурсы

- Годин А.М. Маркетинг: учебник. 10-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К°, 2017. 656 с.
- Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского]. М. : Вильямс, 2017. 488 с.
- Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров : / Е.А. Боргард [и др.] ; под общ. ред. С.В. Карповой; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации, Рос. Ассоц. Маркетинга. М. : Юрайт, 2018. 408 с.
- Тульчинский Г., Шекова Е. Маркетинг в сфере культуры. М.: Планета музыки, 2017. 234 с.

10. Перечень информационных ресурсов, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

- <http://www.biblio-online.ru/> [ЭБС Издательства «ЮРАЙТ»]
- <http://e.lanbook.com/> [ЭБС Издательства «Лань»]
- Маркетинг: методы и стратегии – <http://marketsite.narod.ru/>
- Маркетинг-идеи. ру. Режим доступа: <http://marketingidei.ru/>
- Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>
- Эксперт Урал. Режим доступа: <http://expert.ru/ural/>
- Маркетинг в России и за рубежом. Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/>
- Деловой квартал. Режим доступа: <http://www.dkvartal.ru/>
- <http://elibrary.ru/> [Научная электронная библиотека]
- <http://www.rgub.ru/> [Российская государственная библиотека для молодежи]
- <http://культура.екатеринбург.рф/catalog/586/> [Сайт Управления культуры г. Екатеринбурга]

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

Процесс прохождения учебной практики не предполагает специального материально-технического обеспечения, т.к. осуществляется в условиях функционирования учреждения культуры и спорта. Учреждение культуры или спорта, как база практики, располагает собственной материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов работ, предусмотренных программой учебной практики, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для проведения инструктажа и итоговой конференции по результатам практики необходима учебная аудитория для занятий лекционного типа: доска меловая большая, парты и стулья на 64 места, стол для преподавателя, стул для преподавателя. Возможность установки переносного оборудования: ноутбука Lenovo G510, проектора Epson H432B экрана Pro View 180x180 MW

УПРАВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ЕКАТЕРИНБУРГСКАЯ АКАДЕМИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА» (институт)

(МБОУ ВО ЕАСИ)

Кафедра социокультурного развития территории

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

_____ И.О. Фамилия

_____ 2021

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ

Вид практики: учебная практика 2

Направление 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Направленность (профиль) подготовки

«Арт- и спорт-маркетинг»

Сроки прохождения практики: 00.00.20-00.00.21

Студент гр. 221

И.О. Фамилия

Руководитель

И.О. Фамилия,

степень, должность

Нормконтролер

И.О. Фамилия,

степень, должность

Екатеринбург, 2021

Комментарий к выполнению заданий

Задание 2. Характеристика учреждения культуры и спорта

1. Наименование учреждения (полное и сокращенное)
2. Охарактеризовать ведомственную принадлежность учреждения культуры- базы практики (федеральное, областное муниципальное государственное учреждение культуры, ИП, некоммерческая организация, иное).
3. Описать идеологию (миссию) учреждения, охарактеризовать основные цели и задачи деятельности.
4. Вышестоящая организация.
5. Руководитель учреждения (Ф.И.О.)
6. Координаты учреждения (адрес, тел.)
7. Сайт учреждения.
8. Площадь помещений (указать размеры и вид собственности арендуемая или в собственности учреждения)
9. Организационная структура управления организацией. Какая служба или работники занимаются маркетингом.
10. Общее число сотрудников и ведущие сотрудники (перечислить должности и Ф.И.О. специалистов – не более 5 человек).
11. Перечислить нормативные документы, являющиеся основанием для функционирования учреждения (лицензии, устав и т.д.).
12. Перечислить и охарактеризовать наиболее значимые проекты учреждения, подробно описав один из проектов: название проекта, его цель и задачи, руководители проекта, источники финансирования, целевая аудитория, партнеры проекта, коммуникации проекта (рекламные и информационные материалы), достигнутые результаты.
13. Предложения по сотрудничеству с ЕАСИ (прохождение практики студентами ЕАСИ, спонсорство, совместные проекты и т.д.)

Анализ основных направлений маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта – базы практики

1. Организация управления маркетингом в организации (структура, штаты, обязанности).
2. Основные, вспомогательные услуги, предоставляемые учреждением культуры или спорта.
3. Участие учреждения в значимых спортивных событиях, проводимых в регионе.
4. Эксклюзивные проекты организации за последние три года. Анализ названий проектов. Участвовали ли известные спортсмены (Олимпийские чемпионы, чемпионы мира и Европы), деятели культуры в этих проектах? Использовались ли они в качестве амбассадоров соревнований или инфлюенсеров?
4. Целевые аудитории предоставляемых услуг и продуктов. Критерии сегментирования посетителей организации.
5. Стратегия и тактики ценообразования на предоставляемые услуги. Применяемые методы ценообразования. Примеры дискриминационных цен на услуги.
6. Анализ системы маркетинговых коммуникаций учреждения в целом, в том числе со

спортивными учреждениями мира, страны, региона.

7. ATL и BTL реклама, их соотношение в продвижении услуг организации. Пример применения рекламных коммуникаций в одном из проектов.

8. Основные носители рекламного продвижения организации, их эффективность.

9. Социальные сети как инструмент продвижения организации. Привлекаются ли известные спортсмены в продвижении проектов в социальных сетях учреждения?

10. Применение партизанского маркетинга в деятельности организации.

11. Какова конкурентная микросреда организации.

12. Проведение маркетинговых исследований в изучении аудитории организации: виды, периодичность, влияние на управленческие решения.

Задание 3. Выявление потенциальных возможностей в маркетинговой деятельности учреждения культуры и спорта, и разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

1. Насколько оптимально используются все элементы комплекса маркетинга в деятельности учреждения культуры и спорта, взаимосвязаны ли они? Насколько эффективные взаимоотношения с субъектами макросреды?

2. Как востребованы предоставляемые услуги целевой аудиторией, как часто они обновляются в соответствии с запросами клиентуры, насколько успешны продажи на мероприятия? Как часто привлекаются и участвуют в проектах известные спортсмены и деятели культуры?

3. Оцените названия проектов и насколько они отвечают требованиям нейминга и брендинга.

4. Используется ли партизанский маркетинг в продвижении организации и ее услуг?

5. Сформирована ли в организации CRM система, поделена ли она на сегменты, насколько регулярно используется она для коммуникаций с аудиторией?

6. Как используется в деятельности организации BTL акции: спонсоринг, событийный маркетинг, стимулирование сбыта, ambient маркетинг, product placement?

7. Какие социальные сети задействованы в продвижении организации, насколько они соответствуют ее целевой аудитории?

8. Проанализируйте сайт организации: его привлекательность, информационность, полезность, обновляемость.

9. Как часто в организации проводятся маркетинговые исследования и какие из них необходимо проводить в данной организации?

10. На основе выявленных возможностей и резервов, сформулируйте рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в анализируемой организации.

Содержание	
Цели и задачи практики.....	
Задание 1. Принять участие в научном событии (научная конференция, круглый стол, панельная дискуссия) экономической, маркетинговой, культурной или спортивной тематики, описать его по плану	
Задание 2. Охарактеризовать учреждение культуры или спорта, проанализировать основные направления его маркетинговой деятельности	
Задание 3. Выявить потенциальные возможности маркетинговой деятельности данного учреждения культуры или спорта, и сформулировать рекомендации на примере продвижения конкретных услуг или товаров	
Задание 4. Самоанализ и самооценка результатов практики, заполнение рабочей документации	
Список использованных источников.....	
Приложение 1. Свод-график практики.....	
Приложение 2. Дневник практики.....	
Приложение 3. Отзывы, оценочные листы	
Приложение 4. Фотоматериалы.....	
Приложения 5. Другие документы.....	

(*содержание делается в невидимой таблице с указанием страниц)

Управление культуры администрации города Екатеринбурга
Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ЕКАТЕРИНБУРГСКАЯ АКАДЕМИЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА» (институт) (МБОУ ВО ЕАСИ)

**Свод-график прохождения
учебной практики 2**

Направление 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки,
Направленность (профиль): «Арт- и спорт-маркетинг»
Обучающегося Ф.И.О. _____ группы _____
в период 00.00.20-00.00.21

	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
	Даты/Вид деятельности						
февраль							
март							
апрель							
май							

Виды деятельности:

УК – установочная конференция;
ИК – итоговая конференция;
ВУ – выход в учреждение;
УН – участие в научном событии
МИ – маркетинговые исследования;

КР – консультация с руководителем
практики от кафедры;
Д – оформление отчетной документации
студентом.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от кафедры
Аликперов И.М., доцент

Ф.И.О., должность

_____ «__» _____ 20__ г.
Подпись

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от места
практики

Ф.И.О., должность

_____ «__» _____ 20__ г.
Подпись

М.П.

Дневник практики

Дата	Содержание деятельности	Часы (не более 4 в день)		
		оргработа	НИР	маркетинг
	Итого: 108	38	20	50

Лист оценки руководителя практики от профильной организации

Учреждение: _____

Руководитель практики от профильной организации (ФИО и должность): _____

Ф.И.О. студента _____ группа _____

Код компетенций	Содержание компетенции	Баллы		Баллы
		min	max	
ПК-9	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, модели неоклассической институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики - содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности 	5	10	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; использовать экономические инструменты для анализа внутренней и внешней среды организации; ориентироваться в системе законодательства и нормативно-правовых актах, регламентирующих сферу экономической деятельности; анализировать основные экономические события; - уметь планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности 	5	10	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть экономическими методами анализа поведения потребителей и производителей - владеть маркетинговыми приемами социокультурного проектирования 	5	10	
	Итого	15	30	

Замечания и рекомендации

(подпись руководителя практики)
М.П.

Лист оценки руководителя практики от кафедры

Руководитель практики от кафедры (ФИО и должность) _____

Ф.И.О. студента _____ группа _____

Код компетенций	Содержание компетенции	Баллы		Баллы
		min	max	
ПК-9	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, модели неоклассической институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики - содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности 	5	10	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели; использовать экономические инструменты для анализа внутренней и внешней среды организации; ориентироваться в системе законодательства и нормативно-правовых актах, регламентирующих сферу экономической деятельности; анализировать основные экономические события; - уметь планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности 	5	10	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть экономическими методами анализа поведения потребителей и производителей - владеть маркетинговыми приемами социокультурного проектирования 	5	10	
	Итого	15	30	

Замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры

(подпись руководителя практики)

Программа учебной практики 2
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
50.03.01 Искусство и гуманитарные науки
Направленность (профиль) подготовки
«Арт- и спорт-маркетинг»
Для заочной формы обучения

Подписано в печать _____. Формат 60x84/16. Бумага для множ. аппаратов.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,1. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № _____.
Екатеринбургская академия современного искусства
620078, Екатеринбург, Культуры, 3.