Аннотация к рабочей программе
«Производственной технологической практики»

Цели преподавания практики:

формирование у обучающихся, осваивающих две квалификации, навыков оценки рыночной ситуации заданного сегмента, планирования и контроля маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации.

Задачи изучения практики

1. Формирование профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО и закрепленных учебным планом за производственной технологической практикой.
2. Приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений маркетинговых исследований, формулированию рабочих гипотез маркетинговых исследований;
3. Изучение методов и процедур маркетинговых исследований;

Компетенции, формируемые в результате освоения практики:

ПК-1 Способен планировать и проектировать социологические исследования для решения социальных и управленческих задач

ПК-2 Способен разрабатывать дизайн и стратегию социологического исследования с учетом специфики исследования рынков в интересах организации

ПК-3 Способен организовывать работу по сбору данных социологических исследований для решения социальных и управленческих задач

ПК-4 Способен проводить анализ и интерпретацию результатов социологических исследований для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией

ПК-6 Способен разрабатывать и применять на практике комплекс мер и подходов социологического и экономического характера по созданию и эффективному управлению маркетинговой деятельностью организации

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета
Экономики и управления
(наименование ф-та, полностью)

_____
(подпись, фамилия, инициалы)

«1» 10 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная технологическая практика
(наименование вида и типа практики)

ОПОП ВО 39.03.01 Социология,
(шифр и наименование направления подготовки)

направленность (профиль) «Социология маркетинга и управление организацией»
(наименование направленности (профиля))

форма обучения очная

ОПОП ВО с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования

Курск – 2025

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета
экономики и менеджмента
(наименование ф-та, полностью)
Тюхова Т.Ю
(подпись, фамилия, инициалы)
«08» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная технологическая практика
(наименование вида и типа практики)

ОПОП ВО 39.03.01 Социология,
(шифр и наименование направления подготовки)

направленность (профиль) «Социология маркетинга и управление организацией»
(наименование направленности (профиля))

форма обучения очная

ОПОП ВО с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования

Курск – 2023

Рабочая программа практики составлена в соответствии с:

– ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденным приказом Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75;

– ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970.

– учебным планом ОПОП ВО 39.03.01 Социология, направленность (профиль) «Социология маркетинга и управление организацией», одобренного Ученым советом университета (протокол №12 от 29.05.2023 г.).

Рабочая программа практики обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 39.03.01 Социология, направленность (профиль) «Социология маркетинга и управление организацией» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования на совместном заседании выпускающих кафедр: кафедры философии и социологии, кафедры региональной экономики и менеджмента (протокол № 12 от 01.06.2023).

Зав. кафедрой философии и социологии

к. соц. наук, доцент _____ Л.В. Килимова
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой региональной экономики и менеджмента

к.экон.наук, доцент _____ Ю.С. Положенцева
(уч. степень, уч. звание)

Разработчик программы
к. соц. наук, доцент _____ О.А. Ветрова
(уч. степень, уч. звание)

Директор научной библиотеки _____ МакаровскаяВ.Г.

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 39.03.01 Социология «Социология маркетинга и управление организацией» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования, одобренного Ученым советом университета протокол № 12 «29» 05 2023 г., на совместном заседании выпускающих кафедр: кафедры философии и социологии, кафедры региональной экономики и менеджмента (протокол № 13 от 01.07.2024).

Зав. кафедрой философии и социологии

к. соц. наук, доцент _____ Л.В. Килимова
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой региональной экономики и менеджмента

к.экон.наук, доцент _____ Ю.С. Положенцева
(уч. степень, уч. звание)

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 39.03.01 Социология «Социология маркетинга и управление организацией» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования, одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «31» 03 2025 г., на совместном заседании выпускающих кафедр: кафедры философии и социологии, кафедры региональной экономики и менеджмента (протокол № 13 от 03.07.2025).

Зав. кафедрой философии и социологии

к. соц. наук, доцент _____ Л.В. Килимова
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой региональной экономики и менеджмента

к.экон.наук, доцент _____ Ю.С. Положенцева
(уч. степень, уч. звание)

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 39.03.01 Социология «Социология маркетинга и управление организацией» с присвоением двух квалификаций одного уровня высшего образования, одобренного Ученым советом университета протокол № 8 «24» 02 2026 г., на совместном заседании выпускающих кафедр: кафедры философии и социологии, кафедры региональной экономики и менеджмента (протокол № 13 от 03.07.2026).

Зав. кафедрой философии и социологии

к. соц. наук, доцент _____ Л.В. Килимова
(уч. степень, уч. звание)

Зав. кафедрой региональной экономики и менеджмента

к.экон.наук, доцент _____ Ю.С. Положенцева
(уч. степень, уч. звание)

1 Цель и задачи практики. Указание вида, типа, способа и формы (форм) ее проведения

1.1. Цель практики

Цель производственной технологической практики – формирование у обучающихся, осваивающих две квалификации, навыков оценки рыночной ситуации заданного сегмента, планирования и контроля маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации.

1.2. Задачи практики

1. Формирование профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО и закрепленных учебным планом за производственной технологической практикой.
2. Приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений маркетинговых исследований, формулированию рабочих гипотез маркетинговых исследований;
3. Изучение методов и процедур маркетинговых исследований;

1.3 Указание вида, типа, способа и формы (форм) проведения практики

Вид практики – производственная.

Тип практики –технологическая.

Способ проведения практики – стационарная (в г. Курске) и выездная (за пределами г. Курска).

Практика проводится в профильных организациях и учреждениях, с которыми университетом заключены соответствующие договоры.

Практика проводится в организациях различных отраслей и форм собственности, в органах государственной или муниципальной власти, академических или ведомственных научно-исследовательских организациях, учреждениях системы высшего или дополнительного профессионального образования, деятельность которых связана с деятельностью по проведению социологических и маркетинговых исследований и соответствует направленности (профилю, специализации)данной образовательной программы.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики, представленному в разделе 4 настоящей программы.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Форма проведения практики – сочетание дискретного проведения практик по видам и по периодам их проведения.

2 Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 2 – Результаты обучения по практике

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за практикой)		*Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за практикой*	*Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций*
код компетенции	*наименование компетенции*		
ПК-1	Способен планировать и проектировать социологические исследования для решения социальных и управленческих задач	ПК-1.1 Осуществляет подготовку и планирование проектного предложения по реализации социологического исследования для решения социальных и управленческих задач	**Знать:** - этапы и методы планирования проектного предложения по организации мааркетингового исследования **Уметь:** Подготавливать и планировать проектное предложение по реализации маркенгового исследования для решения социальных и управленческих задач **Владеть:** - Навыками разработки программы маркетингового исследования: определение цели и основных задач, объекта, предмета, гипотез исследования; выбор целевой аудитории, методической стратегии
		ПК-1.2 Разрабатывает программные и методические документы социологического исследования для решения социальных и управленческих задач	**Знать:** - структуру и правила составления программы маркетинговых исследований **Уметь:** - разрабатывать программу маркетингового исследования, **Владеть**: - Навыками разработки инструментария фундаментального или прикладного социологического исследования, соответствующего задачам исследования и используемым методам

		ПК-1.3 Согласует документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования для решения социальных и управленческих задач	**Знать:** - Нормы и правила оформления коммерческого предложения, технического задания маркетингового исследования **Уметь:** - Взаимодействовать с заказчиком, другими структурными подразделениями для координации проектной деятельности в ходе проведения маркетингового исследования **Владеть:** - навыками осуществления взаимодействия с партнерами по проектной деятельности, распознавать эмоции и мотивы людей
ПК-2	Способен разрабатывать дизайн и стратегию социологического исследования с учетом специфики исследования рынков в интересах организации	ПК-2.1Проводит анализ рыночной ситуации в рамках социологического исследования в интересах организации	**Знать:** - Особенности методов прикладного (в том числе маркетингового) исследования **Уметь:** - Анализировать рыночную ситуацию в соответствии с задачами прикладного социологического исследования **Владеть**: - Навыкамианализа макро- и микросреды рынка для понимания рыночной ситуации в соответствии с целью и задачами исследования
		ПК-2.2 Осуществляет методическое обоснование, разрабатывает процедуры исследования рынка и алгоритмы анализа информации для социологического исследования в интересах организации	**Знать:** -Виды и особенности процедуры исследования рынка и алгоритмы анализа информации – Методы проведения исследования рынков **Уметь:** - Определять целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования - Составлять и оформлять методическую и техническую документацию по реализации прикладного социологического исследования **Владеть**:

			- Навыками выбора и описания алгоритмов анализа информации о рынке в зависимости от характера решаемых задач
ПК-3	Способен организовывать работу по сбору данных социологических исследований для решения социальных и управленческих задач	ПК-3.1 Осуществляет подготовку сбора социологических данных для решения социальных и управленческих задач	**Знать:** - Основные методы социологических исследований - Методы отбора документальных источников для количественных и качественных стратегий сбора информации - Методы отбора респондентов и документальных источников для осуществления количественных и качественных стратегий сбора информации **Уметь:** - Использовать знания в области социальных наук применительно к задачам исследования - Анализировать возможность применения социологических методов к конкретному проекту фундаментального или прикладного социологического исследования **Владеть**: - навыками согласования организационных и методических вопросов сбора информации с руководителем проекта
		ПК-3.2 Выполняет сбор данных из первичных и вторичных источников для решения социальных и управленческих задач	**Знать:** - Методологические требования к методам сбора информации: опросу, анализу документальных источников, наблюдению - Типы выборки и методы ее реализации в фундаментальном или прикладном социологическом исследовании **Уметь:** - Работать со специализированным профессиональным программным обеспечением для применения качественных и количественных методов сбора информации, необходимой при проведениифун-

			даментального или прикладного социологического исследования **Владеть**: - Навыками сбора информации в соответствии с методологическими требованиями к соответствующим социологическим методам с использованием специализированного оборудования и программного обеспечения, технологии больших чисел
		ПК-3.3 Контролирует собранные данные для последующей первичной обработки и принятия социальных и управленческих решений	**Знать:** Методы прикладных социологических исследований Процедуры контроля качества для разных методов сбора данных Правила построения основных типов выборки при проведении фундаментального или прикладного социологического исследования **Уметь:** - Применять методы выборочного контроля качества сбора данных фундаментального или прикладного социологического исследования - Контролировать полноту и достоверность собранных данных фундаментального или прикладного социологического исследования **Владеть**: Навыками контроля качества рекрутирования респондентов фундаментального или прикладного социологического исследования - Навыками проверки соответствия итоговой выборки фундаментального или прикладного социологического исследования исходной модели по структуре и объемам
ПК-4	Способен проводить анализ и интерпретацию результатов социологических исследо-	ПК-4.1Описывает, объясняет и прогнозирует социально-экономические явления и процессы на	**Знать:** - Теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологиче-

	ваний для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией	основе результатов социологических исследований для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией	ского познания - Методологические основы социологического исследования - Основы анализа количественных и текстовых данных - **Уметь:** - Анализировать и оценивать информационные источники фундаментального или прикладного социологического исследования, научные тексты, результаты других исследований - Анализировать количественные и текстовые данные фундаментального или прикладного социологического исследования - Интерпретировать полученные результаты адекватно поставленным исследовательским задачам **Владеть**: - Навыками анализа количественных и текстовых данных фундаментального или прикладного социологического исследования - Навыками интерпретации полученных результатов
		ПК-4.2 Составляет и оформляет итоговые документы по результатам социологического исследования для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией	**Знать:** - Теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания - Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных и методических отчетов по итогам исследования - Предметная область исследования; сферы деятельности заказчика **Уметь:** - Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам маркетингового исследования - Оформлять профессиональ-

			ную научно-техническую документацию маркетингового исследования **Владеть**: - Навыками разработки научно-аналитических материалов по результатам маркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями
		ПК-4.3 Представляет и обосновывает результаты социологического исследования различным аудиториям и руководству организации для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления	**Знать:** - Приемы представления и визуализации результатов фундаментального или прикладного социологического исследования **Уметь:** - Применять различные приемы представления и визуализации результатов фундаментального или прикладного социологического исследования с учетом особенностей аудитории **Владеть**: - Навыками подготовки информационно-аналитических материалов и профессиональных публикаций по результатам фундаментальных и прикладных социологических исследований
ПК-6	Способен разрабатывать и применять на практике комплекс мер и подходов социологического и экономического характера по созданию и эффективному управлению маркетинговой деятельностью организации	ПК-6.1 Проводит маркетинговые исследования рынка с использованием инструментов комплекса маркетинга и результатов социологических исследований, интерпретирует их результаты	**Знать:** - Особенности проведения социологических исследований -Принципы системного анализа **Уметь:** - Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования -Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования -Подготавливать комплекс-

			ный план проведения маркетингового исследования **Владеть**: - навыками выявления проблем и формулирование целей исследования - навыками планирование проведения маркетингового исследования -определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования
		ПК-6.2 Разрабатывает предложения социологического и экономического характера по созданию и эффективному управлению маркетинговой деятельности организации	**Знать:** - Методику проведения комплексного маркетингового исследования -Принципы стратегического и оперативного планирования **Уметь:** - Разрабатывать маркетинговую стратегию организации -Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации **Владеть**: - навыками организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации

3 Указание места практики в структуре основной профессиональной образовательной программы. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах

Учебная ознакомительная практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 2 «Практика». Практика проходит на 3 курсе в 6 семестре.

Объем производственной проектно-технологической практики, установленный учебным планом – 6 зачетных единиц, продолжительность –216 часов.

4 Содержание практики

Образовательная деятельность при проведении практики проводится *в форме контактной работы* обучающихся с руководителями практики от университета и от организации *и в иных формах*, указанных в таблице 4.

Контактная работа при проведении практики включает в себя:

– групповые консультации;

– индивидуальную работу с обучающимися руководителей практики от университета и от организации (в том числе индивидуальные консультации);

– иные формы взаимодействия обучающихся с руководителями практики от университета и от организации при проведении практики и промежуточной аттестации обучающихся, указанные в таблице 4.

Контактная работа по практике (включая контактную работу при проведении промежуточной аттестации обучающихся по практике) составляет 24 академических часа (часы указаны в учебном плане в графе «Пр»), работа обучающегося в иных формах – 192 часа (часы указаны в учебном плане в графе «СР»).

Содержание практики уточняется для каждого обучающегося в зависимости от специфики конкретной профильной организации, являющейся местом ее проведения, и выдается в форме задания студенту на практику.

Таблица 4 – Этапы и содержание практики

№ п/п	Этапы практики	Содержание практики	Трудоемкость (ак. час)[1]
1	Организационный этап *(в университете)*	**Групповая консультация**: 1) знакомство с целью, задачами, требованиями к результатам обучения, программой, порядком прохождения практики; 2) информация о формах отчетности обучающихся по практике и требованиях, предъявляемых к каждой из них *(формы отчетности указаны в разделе 5)*; 3) информация о порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике; 4) вводный инструктаж по охране труда.	4
2	Начальный этап *(на предприятии)*	**Групповая консультация и рабочая экскурсия по предприятию:**	4

		• – знакомство с предприятием и (или) структурным подразделением предприятия; • – распределение обучающихся по рабочим местам; • – информация о режиме работы, правилах внутреннего трудового распорядка и др.	
3	Производственный этап *(на рабочем месте)*	Работа обучающихся на предприятии на рабочих местах помощниками специалистов, занимающих должность(-и) «социо-лог/ маркетолог».	172
3.1	Знакомство с рабочим местом	Инструктаж по охране труда на рабочем месте.	2
		Изучение нормативных правовых актов, и (или) локальных нормативных актов, и (или) распорядительных актов предприятия, и (или) иных документов, регламентирующих деятельность специалиста, помощником которого обучающийся работает на практике: должностной инструкции «социолог/маркетолог».	
		Групповая консультация руководителя практики от организации о маркетинговой политике, при-меняемой в профильной организа-ции для решения профессиональ-ных задач в области социологии, маркетинга и управления организацией.	2
3.2	Практическая подготовка обучающихся	• Определение темы маркетингового исследования; • формулировка проблемы маркетингового исследования, • описание актуальности маркетингового исследования;	20

		• определение объекта и предмета маркетингового исследования; • определение цели и постановка задач маркетингового исследования; • уточнение и интерпретация основных понятий маркетингового исследования, • операционализация понятий маркетингового исследования; • предварительный системный анализ объекта маркетингового исследования; • формулировка рабочих гипотез маркетингового исследования;	
		• разработка принципиального плана маркетингового исследования; • определение методов сбора данных; • обоснование системы выборки единиц наблюдения; • определение основных процедур сбора и анализа информации;	20
		• проведение полевого маркетингового исследования, выборочная совокупность 100 человек	50
		• анализ данных маркетингового исследования	30
		• подготовка отчета о полевом маркетинговом исследовании	40
		• подготовка рекомендаций для организации по усовершенствованию управления и маркетинговой политики	7

		• представление отчета о полевом исследовании	1
4	Завершающий этап *(на предприятии)*	Оформление дневника практики.	10
		Составление отчета о практике.	
5	Итоговый этап *(в университете)*	Представление дневника практики и защита отчета о практике на промежуточной аттестации.	2

5 Указание форм отчетности по практике

Формы отчетности студентов о прохождении учебной ознакомительной практики:

– дневник практики (форма дневника практики приведена в положении П 02.181–2020);

– отчет о практике.

Требования к структуре отчета об учебной ознакомительной практике:

1) Титульный лист.
2) Содержание.
3) Введение. Цель и задачи практики. Общие сведения о предприятии, на котором проходила практика. Характеристика маркетинговой политики, применяемой в профильной организации для решения профессиональных задач в области социологии, маркетинга и управления организацией.
4) Основная часть отчета.

Программа исследования.

Определение проблемы, актуальности, объекта, предмета, цели, задач, изложение гипотез. Интерпретация и операционализация понятий, описание методов маркетингового исследования, определение выборки. Характеристика этапов маркетингового исследования.

Аналитический отчет.

Системный анализ объекта Существенные определения. Источники данных, размеры и состав выборки, методы исследования, использованные в ходе сбора и обработки данных. Результат исследования.

Выводы и рекомендации.

Описание состояния объекта маркетингового исследования, выявленных тенденций его развития. Рекомендации для организации по усовершенствованию управления и маркетинговой политики, о направлениях и средствах устранения имеющихся проблем.

5) Заключение. Выводы о достижении цели и выполнении задач практики.

6) Список использованной литературы и источников.

7) Приложения (таблицы).

6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 6.1 – Этапы формирования компетенций

Код и наименование компетенции	Этапы* формирования компетенций и дисциплины (модули), практики, НИР, при изучении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
ПК-1Способен планировать и проектировать социологические исследования для решения социальных и управленческих задач	Демография Менеджмент в социальной сфере Социология конфликта Организационные конфликты Современные социологические теории Организация, подготовка и презентация социологического исследования Производственная технологическая практика Производственная проектно-технологическая практика		Социология общественного мнения Социология культуры Социология культуры современного общества Социальные системы и процессы Социология общественного мнения Производственная преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-2Способен разрабатывать дизайн и стратегию социологического исследования с учетом специфики исследования рынков в интересах организации	Теория измерений в социологии	Производственная технологическая практика Производственная проектно-технологическая практика	Социология массовых коммуникаций и информационных систем Социология рекламы Социально-экономическое поведение домохозяйств Социология предпринимательства Основы социального прогнозирования и

			проектирования Производственная преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-3Способен организовывать работу по сбору данных социологических исследований для решения социальных и управленческих задач	Теория измерений в социологии	Производственная технологическая практика Производственная проектно-технологическая практика	Социология массовых коммуникаций и информационных систем Социально-экономическое поведение домохозяйств Социология предпринимательства Производственная преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-4Способен проводить анализ и интерпретацию результатов социологических исследований для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией	Демография Анализ данных в социологии Этносоциология Социальная антропология Менеджмент в социальной сфере Организация, подготовка и презентация социологического исследования Производственная технологическая практика Производственная проектно-технологическая практика		Социология культуры Основы социального прогнозирования и проектирования Социология культуры современного общества Производственная Маркетинговые исследования Социальные системы и процессы Социология массовых коммуникаций и информационных систем преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

		Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-6 Способен разрабатывать и применять на практике комплекс мер и подходов социологического и экономического характера по созданию и эффективному управлению маркетинговой деятельностью организации	Маркетинговые исследования Управление инновационной деятельностью организации Инновационный менеджмент Интернет-маркетинг Производственная преддипломная практика	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 6.2 – Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала-оценивания

.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-6.1; ПК-6.2

Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Код компетенции/ этап *(наименование этапа по таблице 6.1)*	Показатели оценивания компетенций *(индикаторы достижения компетенций, закрепленные за практикой)*	Критерии и шкала оценивания компетенций			
		Недостаточный уровень («неудовл.»)	Пороговый уровень («удовл.»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5	6

ПК-1 основной	ПК-1.1 Осуществляет подготовку и планирование проектного предложения по реализации социологического исследования для решения социальных и управленческих задач ПК-1.2 Разрабатывает программные и методические документы социологического исследования для решения социальных и управленческих задач ПК-1.3 Согласует документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования для решения социальных и управленческих задач	**Знать:** нуждается в постоянных подсказках. Допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно. **Уметь:** демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 2 для ПК-1 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** не сформированы навыки, указанные для ПК-1 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует элементарные знания. Часто нуждается в посторонней помощи. **Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 2 для ПК-1 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** слабо владеет навыками, указанными для ПК-1в таблице 2.	**Знать:** осознанно и самостоятельно применяет знания в практической деятельности. **Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-1 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности:** владеет навыками, указанными для ПК-1в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует прочные и глубокие знания. Самостоятельно и эффективно применяет их в практической деятельности. **Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-1. **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** уверенно владеет навыками, указанными для ПК-1в таблице 2.

ПК-2 основной	ПК-2.1Проводит анализ рыночной ситуации в рамках социологического исследования в интересах организации ПК-2.2 Осуществляет методическое обоснование, разрабатывает процедуры исследования рынка и алгоритмы анализа информации для социологического исследования в интересах организации	**Знать:** нуждается в постоянных подсказках. Допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно. **Уметь:** демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 2 для ПК-2 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** не сформированы навыки, указанные для ПК-2 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует элементарные знания. Часто нуждается в посторонней помощи. **Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 2 для ПК-2 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** слабо владеет навыками, указанными для ПК-2 в таблице 2.	**Знать:** осознанно и самостоятельно применяет знания в практической деятельности. **Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-2 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности:** владеет навыками, указанными для ПК-2 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует прочные и глубокие знания. Самостоятельно и эффективно применяет их в практической деятельности. **Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-2 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** уверенно владеет навыками, указанными для ПК-2 в таблице 2.

ПК-3 основной	ПК-3.1 Осуществляет подготовку сбора социологических данных для решения социальных и управленческих задач ПК-3.2 Выполняет сбор данных из первичных и вторичных источников для решения социальных и управленческих задач ПК-3.3 Контролирует собранные данные для последующей первичной обработки и принятия социальных и управленческих решений	**Знать:** нуждается в постоянных подсказках. Допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно. **Уметь:** демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 2 для ПК-3 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** не сформированы навыки, указанные для ПК-3 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует элементарные знания. Часто нуждается в посторонней помощи. **Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 2 для ПК-3 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** слабо владеет навыками, указанными для ПК-3 в таблице 2.	**Знать:** осознанно и самостоятельно применяет знания в практической деятельности. **Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-3. **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности:** владеет навыками, указанными для ПК-3 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует прочные и глубокие знания. Самостоятельно и эффективно применяет их в практической деятельности. **Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-3 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** уверенно владеет навыками, указанными для ПК-3 в таблице 2.
ПК-4 основной	ПК-4.1 Описывает, объясняет и прогнозирует социально-экономические явления и процессы на основе результатов социологических исследований для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией ПК-4.2 Составляет и оформляет	**Знать:** нуждается в постоянных подсказках. Допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно. **Уметь:** демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 2 для ПК-4 **Владеть**	**Знать:** демонстрирует элементарные знания. Часто нуждается в посторонней помощи. **Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 2	**Знать:** осознанно и самостоятельно применяет знания в практической деятельности. **Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-4 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности:** владеет	**Знать:** демонстрирует прочные и глубокие знания. Самостоятельно и эффективно применяет их в практической деятельности. **Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-4 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** уверенно вла-

	итоговые документы по результатам социологического исследования для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления организацией ПК-4.3 Представляет и обосновывает результаты социологического исследования различным аудиториям и руководству организации для дальнейшего их использования в процессе социального планирования и управления	**(**или **Иметь опыт деятельности):** не сформированы навыки, указанные для ПК-4 в таблице 2.	для ОПК-5(м) **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** слабо владеет навыками, указанными для ПК-4 в таблице 2.	навыками, указанными для ПК-4 в таблице 2.	деет навыками, указанными для ПК-4 в таблице 2.

ПК-6 основной	ПК-6.1 Проводит маркетинговые исследования рынка с использованием инструментов комплекса маркетинга и результатов социологических исследований, интерпретирует их результаты ПК-6.2 Разрабатывает предложения социологического и экономического характера по созданию и эффективному управлению маркетинговой деятельности организации	**Знать:** нуждается в постоянных подсказках. Допускает грубые ошибки, которые не может исправить самостоятельно. **Уметь:** демонстрирует менее 60% умений, установленных в таблице 2 для ПК-6 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** не сформированы навыки, указанные для ПК-6 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует элементарные знания. Часто нуждается в посторонней помощи. **Уметь:** в целом сформированные, но вызывающие затруднения при самостоятельном применении умения, указанные в таблице 2 для ПК-6 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** слабо владеет навыками, указанными для ПК-6 в таблице 2.	**Знать:** осознанно и самостоятельно применяет знания в практической деятельности. **Уметь:** сформированные и самостоятельно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-6 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности:** владеет навыками, указанными для ПК-6 в таблице 2.	**Знать:** демонстрирует прочные и глубокие знания. Самостоятельно и эффективно применяет их в практической деятельности. **Уметь:** хорошо развитые, уверенно и успешно применяемые умения, указанные в таблице 2 для ПК-6 **Владеть (**или **Иметь опыт деятельности):** уверенно владеет навыками, указанными для ПК-6 в таблице 2.

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 6.3 – Контрольные задания и иные материалы для оценки результатов обучения по практике (знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

Код компетенции/этап формирования компетенции в процессе освоения ОПОП ВО	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
ПК-1 основной	Дневник практики. Типовое задание № 1 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с бу-

	дущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо: • выбрать тему маркетингового исследования, утвердить ее у руководителя практики; • сформулировать проблему маркетингового исследования, • описать актуальность темы маркетингового исследования • определить объект и предмет маркетингового исследования; • определить цели и задач маркетингового исследования; • составить интерпретацию основных понятий маркетингового исследования, их операционализацию; • провести предварительный системный анализ объекта маркетингового исследования; • сформулировать рабочие гипотезы маркетингового исследования.
ПК-2 основной	Дневник практики. Отчет о практике. Типовое задание № 2 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо: • составить принципиальный план маркетингового исследования; • определить методы сбора данных; • обосновать систему выборки единиц наблюдения; • определить основные процедуры сбора и анализа информации;
ПК-3 основной	Дневник практики. Отчет о практике. Типовое задание № 3 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо • провести полевое маркетинговое исследование по выбранной теме с объемом выборки 100 чел.
ПК-4 основной	Дневник практики. Отчет о практике. Типовое задание № 4 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо • провести анализ данных Типовое задание № 5 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется

	с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо • подготовить и представить отчет о полевом маркетинговом исследовании. Типовое задание № 6 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо • подготовить рекомендации для организации по усовершенствованию управления и маркетинговой политики. Типовое задание № 7 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо • Подготовить презентацию на основе отчета о маркетинговом исследовании, включить в нее рекомендации для организации по усовершенствованию управления и маркетинговой политики.
ПК-6 основной	Дневник практики. Отчет о практике. Доклад обучающегося на промежуточной аттестации (защита отчета о практике). Ответы на вопросы по содержанию практики на промежуточной аттестации. Типовое задание № 5 по практической подготовке, предусматривающее выполнение обучающимся вида(ов) работ, связанного(ых) с будущей профессиональной деятельностью (задание конкретизируется с учетом особенностей конкретной профильной организации в Дневнике практики, в п.1.4 задания студенту)[1]: Вам необходимо • описать состояние исследуемого объекта, тенденции его развития, • предложить направления и средства устранения имеющихся проблем для эффективного управления маркетинговой деятельностью.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка результатов обучения по производственной технологической практике осуществляется в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Текущий контроль успеваемости проводится в течение практики на месте ее проведения руководителем практики от организации.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме зачета с оценкой .

На зачет *с оценкой* обучающийся представляет дневник практики и отчет о практике. Зачет проводится в виде устной защиты отчета о практике.

Таблица 6.4.1 – Шкала оценки отчета о практике и его защиты

№	Предмет оценки	Критерии оценки	Максимальный балл
1	Содержание отчета 10 баллов	Достижение цели и выполнение задач практики в полном объеме	1
		Отражение в отчете всех предусмотренных программой практики видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью	1
		Владение актуальными нормативными правовыми документами и профессиональной терминологией	1
		Соответствие структуры и содержания отчета требованиям, установленным в п. 5 настоящей программы	1
		Полнота и глубина раскрытия содержания разделов отчета	1
		Достоверность и достаточность приведенных в отчете данных	1
		Правильность выполнения расчетов и измерений	1
		Глубина анализа данных	1
		Обоснованность выводов и рекомендаций	1
		Самостоятельность при подготовке отчета	1
2	Оформление отчета 2 балла	Соответствие оформления отчета требованиям, установленным в п.5 настоящей программы	1
		Достаточность использованных источников	1
3	Содержание и оформление презентации (графического материала) 4 балла	Полнота и соответствие содержания презентации (графического материала) содержанию отчета	2
		Грамотность речи и правильность использования профессиональной терминологии	2
4	Ответы на вопросы о содержании практикив том числе на вопросы о практической подготовке (видах работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, выполненных на практике) 4 балла	Полнота, точность, аргументированность ответов	4
ВСЕГО:			20

Баллы, полученные обучающимся, суммируются, соотносятся с уровнем сформированности компетенций и затем переводятся в традиционные оценки.

Таблица 6.4.2 – Соответствие баллов уровням сформированности компетенций и оценкам по 5-балльной шкале

Баллы	Уровень сформированности компетенций	Оценка
18-20	высокий	отлично
14-17	продвинутый	хорошо
10-13	пороговый	удовлетворительно
9 и менее	недостаточный	неудовлетворительно

7 Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Основная литература:

1. Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. С. Плотникова ; ред. М. А. Болдырева. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2021. – 128 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700644 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
2. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования : теоретические и практические аспекты : учебное пособие / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 293 с. – (Учебные издания для бакалавров). – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
4. Щербина, Л. В. Маркетинговые исследования : шпаргалка : учебное пособие / Л. В. Щербина. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 40 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578526 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 431 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571833 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.

6. Игрунова, О. М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг : учебное издание : учебное пособие / О. М. Игрунова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – Часть 1. – 102 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
7. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. В. Коротков. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 304 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685113 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
8. Красина, Ф. А. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ф. А. Красина. – 2-е изд., доп. – Томск : Эль Контент, 2015. – 126 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480760 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
9. Максименко, А. А. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учебное пособие / А. А. Максименко, Е. Г. Пичугина. – Кострома : Костромской государственной университет (КГУ), 2013. – 140 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275641 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
10. Наумова, Л. М. Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие / Л. М. Наумова. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2014. – 248 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
11. Нетёсова, А. В. Маркетинговые исследования : учебно-практическое пособие / А. В. Нетёсова. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 172 с. –URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93156 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
12. Титова, В. А. Проведение маркетинговых исследований за семь дней : учебное пособие / В. А. Титова, М. Е. Цой. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. – 80 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228885 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
13. Цой, М. Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – Часть 1. Направления и методы маркетинговых исследований. – 67 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.
14. Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 220 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688900 (дата обращения 24.06.2023). – Режим доступа : по подписке. – Текст : электронный.

Перечень методических указаний

1. Маркетинговые исследования : методические рекомендации по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Л. В. Килимова. - Курск : ЮЗГУ, 2017. - 20 с. - Библиогр.: с. 19-20. - Текст : электронный.
2. Производственная проектно-технологическая практика : методические рекомендации по практике для студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Б. Б. Подгорный. - Курск : ЮЗГУ, 2022. - 24 с. - Загл. с титул. экрана. - Текст : электронный.
3. Технологическая практика : методические рекомендации по прохождению технологической практики студентами направления подготовки 39.03.01 Социология / Юго-Зап. гос. ун-т ; сост. Б. Б. Подгорный. - Курск : ЮЗГУ, 2017. - 24 с. - Текст : электронный.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Сайты базовых структур:

1. Институт социологии РАН (www.che.nsk.su/ RAN /WIN /STRUCT/ DIVISION.HTM
2. Институт социально-политических исследований (www.ispr.ras/ru)

Сайты аналитических организаций:

1. Фонд общественное мнение (www.fom.ru)
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (www.wciom.ru)
3. Служба PR (www.presrv.ru)
4. Московский общественный научный фонд (www.mpsf.org)
5. Центр независимых социологических исследований (www.indepsocres.spb.ru)
6. Центр социологических исследований министерства образования (www.informika.ru)
7. Центр социологических исследований МГУ (www.opinio.nsu.ru)

Сайты профессиональных журналов:

1. Журнал «Социологические исследования» (www.isras.rssi.ru/ R_SocIs.htm)
2. Журнал «Социологический журнал» (win.www.nir.ru/ socio/socjour.htm)
3. Журнал «Новое поколение» (www.newgen.org)

Сайты ведущих вузов в области социологии:

1. Московский государственный университет (www.socio.msu.ru и www.nir.ru/socio/

2. Санкт_Петербургский государственный универкрситет (www.soc.pu.ru)

3. Европейский университет в Санкт-Петербурге (www.eu.spb.ru/socio/)

Сайты социально-экономической информации:

1. Социология от «А» до «Я» (www.glasnet.ru/~asch/sociology/)

2. Федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту (http://www.ecsocman.edu.ru);

3. Электронный журнал «Экономическая социология» (http://www.ecsoc.msses.ru)

4. ЭКСОЦЕНТР (Центр ресурсов по экономической социологии) (http://www.ecsoc.ru)

5.Официальный сайт Курского социологического клуба. (sociokursk@gmail.com)

8Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Adobe Creative Suite 3, Microsoft IT Academy, MicrosoftSecurityEssentials (MSE), SunRavTestOFficePro, ПРУСК 2.0, Abbyy, FineReader 9, Access 2007, Visio 2007, Visio Professional 2007

9 Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Для осуществления практической подготовки обучающихся при реализации практики используются оборудование и технические средства обучения кафедры философии и социологии ЮЗГУ:

- Класс ПЭВМ - Asus-P7P55LX-/DDR34096Mb/Coreei3-540/SATA-11 500 GbHitachi/PCI-E 512Mb, Монитор TFTWide 23;
- ПК «ViewSonic» DDR4-8Гб/AMDRyzen 5 1600/WD10EZRZ 1Тб/VA2419SH 23/8"/ 2.00;
- ПЭВМ согласно техпаспорту N001949 (11629.60) / 6.00;
- Телевизор LCD Samsung UE 40/1.00;

Для проведения промежуточной аттестациипо практике используется следующее материально-техническое оборудование:

Телевизор LCDSamsungUE 40/1.00.

10 Особенности организации и проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Практика для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) организуется и проводится на основе индивидуального личностно ориентированного подхода.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ могут проходить практику как совместно с другими обучающимися (в учебной группе), так и индивидуально (по личному заявлению).

Определение места практики

Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом требований их доступности для данной категории обучающихся. При определении места прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида (при наличии), относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом выполняемых обучающимся-инвалидом или обучающимся с ОВЗ трудовых функций, вида профессиональной деятельности и характера труда.

Обучающиеся данной категории могут проходить практику в профильных организациях (на предприятиях, в учреждениях), определенных для учебной группы, в которой они обучаются, если это не создает им трудностей в прохождении практики и освоении программы практики.

При наличии необходимых условий для освоения программы практики и выполнения индивидуального задания (или возможности создания таких условий) практика обучающихся данной категории может проводиться в структурных подразделениях ЮЗГУ.

При определении места практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ особое внимание уделяется безопасности труда и оснащению (оборудованию) рабочего места.Рабочие места, предоставляемые профильной организацией, должны (по возможности) соответствовать следующим требованиям:

– *для инвалидов по зрению-слабовидящих:* оснащение специального рабочего места общим и местным освещением, обеспечивающим беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение трудовых функций, видеоувеличителями, лупами;

– *для инвалидов по зрению-слепых*: оснащение специального рабочего места тифлотехническими ориентирами и устройствами, с возможностью использования крупного рельефно-контрастного шрифта и шрифта Брайля, акустическими навигационными средствами, обеспечивающими беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение трудовых функций;

– *для инвалидов по слуху-слабослышащих*: оснащение (оборудование) специального рабочего места звукоусиливающей аппаратурой, телефонами громкоговорящими;

– *для инвалидов по слуху-глухих*: оснащение специального рабочего места визуальными индикаторами, преобразующими звуковые сигналы в световые, речевые сигналы в текстовую бегущую строку, для беспрепятственного нахождения указанным лицом своего рабочего места и выполнения работы;

– *для инвалидов с нарушением функций опорно-двигательного аппарата*: оборудование, обеспечивающее реализацию эргономических принципов (максимально удобное для инвалида расположение элементов, составляющих рабочее место), механизмами и устройствами, позволяющими изменять высоту и наклон рабочей поверхности, положение сиденья рабочего стула по высоте и наклону, угол наклона спинки рабочего стула, оснащение специальным сиденьем, обеспечивающим компенсацию усилия при вставании, специальными приспособлениями для управления и обслуживания этого оборудования.

Особенности содержания практики

Индивидуальные задания формируются руководителем практики от университета с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья каждого конкретного обучающегося данной категории и должны соответствовать требованиям выполнимости и посильности.

При необходимости (по личному заявлению) содержание практики может быть полностью индивидуализировано (при условии сохранения возможности формирования у обучающегося всех компетенций, закрепленных за данной практикой).

Особенности организации трудовой деятельности обучающихся

Объем, темп, формы работы устанавливаются индивидуально для каждого обучающегося данной категории. В зависимости от нозологии максимально снижаются противопоказанные (зрительные, звуковые, мышечные и др.) нагрузки.

Применяются методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ. Для предупреждения утомляемости обучающихся данной категории после каждого часа работы делаются 10-15-минутные перерывы.

Для формирования умений, навыков и компетенций, предусмотренных программой практики, производится большое количество повторений(тренировок) подлежащих освоению трудовых действий и трудовых функций.

Особенности руководства практикой

Осуществляется комплексное сопровождение инвалидов и лиц с ОВЗ во время прохождения практики, которое включает в себя:

– учебно-методическую и психолого-педагогическую помощь и контроль со стороны руководителей практики от университета и от предприятия (организации, учреждения);

– корректирование (при необходимости) индивидуального задания и программы практики;

– помощь ассистента (ассистентов) и (или) волонтеров из числа обучающихся или работников профильной организации, учреждения. Ассистенты/волонтеры оказывают обучающимся данной категории необходимую техническую помощьпри входе в здания и помещения, в которых проводится практика, и выходе из них; размещении на рабочем месте; передвижении по помещению, в котором проводится практика; ознакомлении с индивидуальным заданием и его выполнении; оформлении дневника и составлении отчета о практике; общении с руководителями практики.

Особенности учебно-методического обеспечения практики

Учебные и учебно-методические материалы по практике представляются в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально (программа практики и индивидуальное задание на практику печатаются увеличенным шрифтом; предоставляются видеоматериалы и наглядные материалы по содержанию практики), с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Особенности проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Во время проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации разрешаются присутствие и помощь ассистентов (сурдопереводчиков, тифлосурдопереводчиков и др.) и (или) волонтеров и оказание ими помощи инвалидам и лицам с ОВЗ.

Форма проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающемуся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа и (или) защиты отчета.

11 Лист дополнений и изменений, внесенных в программу практики

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			