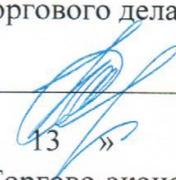


Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга


Ю. Ю. Сулова

« 13 » 04 20 18 г.
Торгово-экономический институт

Программа практики

Преддипломная практика

27.04.05 «Инноватика»

27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга»

Квалификация (степень) выпускника
магистр

Красноярск 2018

1. Общая характеристика практики

Цели преддипломной практики:

— углубление полученных в процессе изучения дисциплин общенаучного и профессионального циклов теоретических знаний в сфере организации, управления и проектирования процессов в области инновационных технологий маркетинга.

— развитие практических умений и навыков, необходимых для организации, управления и проектирования процессов в области инновационной деятельности предприятия, коммерциализации инноваций, маркетинга инновационного продукта, а также для дальнейшей подготовки и апробирования разработок диссертационного исследования магистра.

Задачи преддипломной практики:

- стратегический анализ проблем инновационного развития предприятия и выбор оптимальных вариантов их решения;
- исследование методов разработки маркетинговой тактики и стратегии инновационной деятельности предприятия организации (предприятия);
- анализ, оценка и прогнозирование применения инновационных технологий маркетинговой деятельности предприятия;
- исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков инноваций;
- изучение прогрессивных направлений развития маркетинговой деятельности;
- поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации;
- ознакомление с характером и содержанием труда в области коммерциализации инноваций, инновационных маркетинговых технологий и других видов деятельности предприятия, сопровождающих эти процессы;
- приобретение умений и навыков в управлении коллективом в одном из подразделений предприятия, непосредственное участие в работе подразделения с принятием управленческих решений в области инновационных технологий маркетинга.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО и Порядком организации практик, производственная практика по направлению подготовки 27.04.05 «Инноватика» направленность (профиль) 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» (уровень магистратуры) имеет:

1.1 Вид практики

- преддипломная

Прохождение производственной (преддипломной) практики желательно на базе организации, на которой проводилась учебная практика,

что позволит студенту не только выявить факторы инновационной среды предприятия, но и исследовать их динамику, а также оценить их влияние на функционирование и развитие организации.

1.2 Тип практики

- производственная

Производственная (преддипломная) практика проводится в форме профессиональной деятельности студентов на функциональных рабочих местах в соответствии с профилем подготовки.

Для учебно-методического руководства и контроля прохождения практики, магистру назначаются руководители практики от Университета и от предприятия по месту прохождения практики. Перед отправлением студентов на практику руководитель практики от кафедры проводит организационное собрание, на котором рассматриваются и решаются следующие вопросы:

- цели, задачи практики, сроки прохождения, порядок взаимодействия с руководителем практики от Университета в процессе прохождения практики.
- содержание, объем, оформление и сроки защиты отчетов о практике.
- содержание вопросов, предусмотренных программой практики, а также формулирование индивидуальных заданий.
- выбор и закрепление мест прохождения практики студентов (баз практики).

Прохождение практики осуществляется на основе договоров, заключенных между Университетом и предприятиями (организациями). В отдельных случаях допускается прохождение практики в структурных подразделениях Университета.

Выбрав место прохождения практики, студент предоставляет на кафедру заявление на закрепление места прохождения практики (приложение Б).

1.3 Способ проведения

- стационарная;

Местом проведения данной практики могут выступать сторонние действующие предприятия сферы услуг, различных форм собственности, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, связанные с профилем обучения студентов. Магистры программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» могут проходить преддипломную практику в научно-исследовательских лабораториях и отделах Красноярского научного центра СО РАН, инновационных и инжиниринговых центрах, а также других заинтересованных организациях. Программа преддипломной практики магистра, как правило, связана с тематикой работ, проводимых в местах её прохождения. Задания практики согласуются с тематикой работ, проводимых Университетом по

приоритетным направлениям исследований и научных разработок.

Допускается прохождение практики на предприятии, выбранном по инициативе студента. При выборе места практики студентом самостоятельно, обучающийся по типовой форме договора на проведение практики студент, размещенной на сайте СФУ (Приложение А) оформляет договор с предприятием.

1.4 Форма проведения

- непрерывная

Выход студентов на практику осуществляется согласно приказу Университета, в сроки, установленные учебным планом – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени

1. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В соответствии с требованиями ФГОС ВО и УП в результате прохождения преддипломной практики по направлению подготовки 27.04.05 «Инноватика» направленность (профиль) 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» (уровень магистратуры), обучающийся должен приобрести следующие компетенции:

ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, включающие в себя следующее содержание:

Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-6	способность применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов
ПК-7	способность выбрать (или разработать) технологию осуществления научного эксперимента (исследования), оценить затраты и организовать его осуществление
ПК-8	способность выполнить анализ результатов научного эксперимента с использованием соответствующих методов и инструментов обработки
ПК-9	способностью представить (опубликовать) результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке
ПК-10	способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты

2. Указание места практики в структуре образовательной программы

Практика преддипломная Б2.В.04(П) по направлению подготовки 27.04.05 «Инноватика» направленность (профиль) 27.04.05.02

«Инновационные технологии маркетинга» (уровень магистратуры) входит в Блок 2 Практики, в том числе научно-исследовательская работа. Работа студентов во время практики базируется на знаниях, полученных при изучении курсов бакалаврской подготовки, а также на знаниях, приобретённых при изучении базовых и вариативных дисциплин обучаемых в магистратуре: «Статистические методы в управлении инновациями», «Управление инновационными процессами», «Технологии маркетинга сферы услуг», «Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг», «Коммерциализация инноваций и развитие территорий», «Маркетинговый анализ рынка инноваций», «Инновационная экономика сферы услуг», «Продвижение инноваций на рынках сферы услуг», «Инновационная инфраструктура и бизнес-среда сферы услуг», «Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг»,

Предшествующими являются научно-исследовательская практика и практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)

При прохождении преддипломной практики магистрам необходимы следующие знания, умения и навыки, приобретенные в результате освоения предшествующих частей ОП.

Знания:

- современных практик управления инновационными процессами;
- современной структуры поддержки инновационного развития в РФ;
- производственной структуры организации, ее элементы;
- структуры и основного содержания этапов процесса управления маркетингом предприятия сферы услуг;
- факторов маркетинговой среды инновационной деятельности предприятия;
- классификации инновационных процессов;
- подходов к планированию инновационной деятельности;
- типовых показателей инновационной деятельности;
- сущности и специфики стратегического маркетинга в системе инновационного развития предприятия;
- стратегий позиционирования инновационного продукта (товара/услуги): сущность, необходимость, средства;
- современного законодательства о коммерциализации инноваций и развития территорий в Российской Федерации;
- современных направлений и форм коммерциализации инноваций;
- инновационных технологий сбора маркетинговой информации;
- технологий продвижения инноваций в сфере услуг;

Умения:

- выполнять документирование исследовательской и аналитической деятельности
- готовить материалы для анализа деятельности объекта прохождения

- практики и инфраструктуры инновационного развития территории
- проводить патентно-информационный поиск и оформлять его результаты
 - использовать электронные поисковые механизмы сети Интернет (в том числе специализированные)

Навыки:

- использовать средства электронно-вычислительной техники для оформления текстовых, табличных и графических документов
- готовить (оформлять) отчетные материалы

После прохождения преддипломной практики студенты должны уметь квалифицированно подходить к постановке задач, выбору объекта, определению предмета исследования при решении научных и научно-прикладных проблем, связанных с подготовкой и защитой магистерской диссертации.

Время проведения преддипломной практики 4-й семестр.

3. Объём практики, ее продолжительность, содержание

Объем практики: 21 З.Е.

Продолжительность: 14/756 недель/акад. часов

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы контроля
		практическая работа обучающихся		
		Всего:	в т.ч.: контактная работа с преподавателем	
1	Подготовительный этап (2 недели) Инструктаж по прохождению практики и правилам безопасности работы. Ознакомление с организацией работы на предприятии и в структурном подразделении. Ознакомление с должностными и функциональными обязанностями.	96	2	Собеседования
2	Экспериментальный этап, обработка и анализ полученной информации (12 недель) 1. Организация работы инновационных предприятий: задачи, функции, структура управления. Нормативная база инновационной деятельности. Права, обязанности ответственных за формирования базы нематериальных	564	4	Собеседование оформление соответствующих разделов отчета Описание применяемых методик

	активов организации. 2. Анализ инновационной деятельности организации: объемы и виды НИОКР, осуществляемые в самой организации; объемы и виды НИОКР, осуществление по заказу другими организациями; наличие патентов; новые виды продукции (товаров, работ, услуг), которые внедрены в организации за последние два года; анализ источников финансирования, которые использовала организация для производства новой продукции (товаров, работ, услуг); конкретные инновационные проекты в организации; оценка экономической, социальной эффективности реализуемого инновационного проекта (реализуемого или предлагаемого).			
3	Заключительный (2 недели) На заключительном этапе практики готовится отчет о прохождении преддипломной практики. Его части составляются по мере изучения каждого раздела программы. В отчете должна быть отражена деятельность организации, ее критический анализ с позиции приобретенных студентом теоретических знаний, а также предложения по ее улучшению с целью повышения эффективности. Защита отчета.	96	2	Отчет о прохождении практики Презентация Устная защита
	Итого:	756,0	12	

Прохождение практики начинается с ознакомления с работой предприятия в целом, а также с работой отдельных подразделений, их функциями и задачами. На основе полученных данных магистрант должен составить общую характеристику предприятия, включающую информацию об организационно-правовой форме, форме собственности, выпускаемой или/и реализуемой продукции (оказываемых услугах, выполняемых работах), организационной структуре. Общая характеристика также должна включать оценку финансово-экономического положения предприятия.

Затем магистрант проводит анализ факторов внешней среды инновационной деятельности предприятия, оценивает его конкурентоспособность, дает характеристику основных конкурентов на рынке, выявляет сильные и слабые стороны предприятия, возможности дальнейшего его инновационного развития предприятия на основе разработки инновационных маркетинговых технологий; увеличения занимаемой доли рынка, привлечения новых групп потребителей.

Следующим этапом прохождения практики является ознакомление с характером и содержанием труда в области инновационной деятельности на предприятии. На данном этапе подробно изучаются функции соответствующих подразделений предприятия, организация работы и документооборота в них, методы, применяемые в работе.

Магистрант проходит практику в одном из подразделений предприятия (коммерческий отдел, отдел закупок или продаж, отдел логистики, рекламный отдел и пр.), принимает непосредственное участие в его работе, выполняет задания руководителя с места прохождения практики.

Выполнение программы практики предусматривает, что магистрант в период прохождения практики должен собрать и обобщить статистическую, аналитическую и технико-экономическую информацию, необходимую для составления отчета и написания магистерской диссертации.

4. Формы отчётности по практике

Форма промежуточной аттестации по данной практике – зачет.

Формами конечной отчётности по преддипломной практике являются письменный отчет, его презентация и устная защита.

Отчет по практике принимается комиссией, назначенной заведующим кафедрой. При защите результатов практики магистрант докладывает о ее результатах, отвечает на поставленные вопросы, высказывает собственные выводы и предложения. Оценивают результаты практики с учетом проявленного отношения магистранта к работе, качества выполнения отчета, содержания доклада и глубины ответов на вопросы.

По результатам защиты отчета, магистранту выставляется итоговая оценка – «зачтено» / «не зачтено».

5. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Фонд оценочных средств состоит из вопросов по защите отчета и заданий на практику.

Для защиты отчета по преддипломной практике магистрант в своем докладе должен ответить на следующие вопросы:

1. Тема исследования и научная проблема;
2. Объект и предмет исследования;
3. База проведения исследования;
4. Цель и задачи исследования по научной проблеме;
5. Рабочая гипотеза;
6. Сущность применяемых методик исследования;
7. Программа исследования;
8. Инструментарий экспериментального исследования;
9. Результаты, полученные в ходе выполнения эксперимента, их анализ и выводы.

Задания на преддипломную практику выдается индивидуально студенту руководителем практики в соответствии специфике деятельности предприятия-объекта практики и теме магистерского исследования.

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

В качестве учебно-методического обеспечения практики предлагается следующая литература:

1. «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227- р.
2. Авдейчикова, Е. В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт [Текст] / Е. В. Авдейчикова, С. П. Трубицина, В. В. Бургат.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 302 с.
3. Алексунин, В.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Рекомендовано Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по группе специальностей "Экономика и управление" / Алексунин В.А.- Москва : Дашков и К, 2016
4. Басовский, Л. Е. Маркетинг [Текст] : Учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 300 с.
5. Волостнов Б.И., Кузьмицкий А.А., Поляков В.В.. Современная научно-техническая и инновационная политика: структура, приоритеты, характеристики. Журнал Проблемы машиностроения и автоматизации № 7, 2011 г стр. 3- 37.
6. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013
7. Глобальные тенденции 2030: Обзор. Мегатенденции». <http://eurasian-defence.ru/sites/default/files/DS/Documents/global-trends-2030-rus.pdf>
8. Годин, А. М. Маркетинг [Текст] : учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" / А. М. Годин.- Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. - 656 с.
9. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент [Текст] : Учебник / В. Я. Горфинкель, А. И. Базилевич, Л. В. Бобков ; .- Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 380 с.
10. Гришин В. В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики : учебное пособие / В. В. Гришин. – 2015
11. Грошева, Н.Б. Управление инновационными проектами в регионах: Монография / Н.Б. Грошева // Иркутск: ИрГУПС, 2010. — 193 с.
12. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности [Текст] : монография / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 158 с.

13. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом [Текст] : Учебное пособие / Ю. Н. Егоров.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 238 с.
14. Ильшева Н. Н. Учет, анализ и стратегическое управление инновационной деятельностью : [монография] / Н. Н. Ильшева, С. И. Крылов. – 2014
15. Ильчиков М. З. Проблемы инновационного развития экономики России. Теоретические аспекты : монография / М. З. Ильчиков. – 2015
16. Инновации маркетинговых моделей российских компаний в эпоху диджитал трансформации : коллективная монография / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. О.У. Юлдашевой. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 277 с. ISBN 978-5-7310-4149-2
17. Инновационный менеджмент : учебно-методическое пособие для практических занятий / Сиб. федер. ун-т ; [сост.: З. А. Васильева, П. М. Вчерашний, Д. В. Мизонова]. – 2016
18. Инновационный маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов вузов по специальности "Маркетинг" / З. А. Васильева, И. В. Филимоненко ; Сиб. федерал. ун-т, Ин-т управления бизнес-процессами и экономики. – 2013
19. Калужский, М. Л. Практический маркетинг [Текст] : учебное пособие / М. Л. Калужский ; Финанс. ун-т при правительстве РФ.- Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. - 132 с.
20. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов в экономике: монография/ Куимов В.В., Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В., Лукиных В.Ф., Подопророга В.Г. и др – М.; ИНФРА-М, 2019. –ISBN 978-5-16-015042-0
21. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей : научное издание / Ф. Котлер. – 2015
22. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер.- Москва : Питер, 2015. - 800 с.
23. Куимов В.В. Экономика кооперационно-сетевых взаимодействий. Теория. Практика. Возможности/В.В. Куимов.–М.:ИНФРА–М, 2019.–200с. (Научная мысль) ISBN 978-5-16-014815-1 (print); ISBN 978-5-16-107496-0 (online)/
24. Куимов, В. В. Региональные технологические платформы – как инструмент инновационного развития территории [Текст] : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 320 с. ISBN 978-5-16-011985-4
25. Курячая М. М. Гражданин, общество, государство, инновации: современные механизмы взаимодействия : [монография] / М. М. Курячая ; отв. ред. С. А. Авакьян. – 2017
26. Ламбен, Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] : учебник / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ. В.Б. Колчанова.- Санкт-Петербург : Питер, 2006. - 800 с.
27. Малый инновационный бизнес [Текст] : Учебник.- Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 264 с.

28. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Текст] : Учебное пособие / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 174 с.
29. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / О. Г. Алешина [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2017. - 212 с.
30. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / Ю. Ю. Сулова [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2018. - 377 с.
31. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири [Текст] : монография / В. В. Куимов [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 265 с.
32. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент [Текст] : Учебник / В. Г. Медынский.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 295 с.
33. Новоселов, С. В. Теоретическая инноватика: научно-инновационная деятельность и управление инновациями : учеб. пособие [текст] / Новоселов С.В., Маюрникова Л.А.- Москва : ГИОРД, 2017
34. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Текст] : учебник / В. В. Куимов [и др.] ; под общ. ред. В. В. Куимов.- Москва : ИНФРА-М, 2018. - 537 с. ISBN 978-5-16-012977-8
35. Поляков Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата по экономическим направлениям и специальностям / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. – 2017
36. Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов : Учебное пособие / В. К. Проскурин ; . – 2014
37. Рычкова Н. В. Маркетинговые инновации : учебное пособие по специальности "Маркетинг" / Н. В. Рычкова. – 2016
38. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг [Текст] : Учебник / В. Д. Секерин.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 237 с.
39. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Текст] / И. М. Синяева.- Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014. - 252 с.
40. Смирнов, К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика [Текст] : Монография / К. А. Смирнов, Т. Е. Никитина.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 166 с.
41. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Текст] : Учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 336 с.
42. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс [для магистров напр. 38.04.02 «Менеджмент», магистерской программы 38.04.02.16 «Стратегическое управление»] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост.: Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, Л. В. Панкова.- Красноярск : СФУ, 2015

43. Тебекин, А.В. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров по экон. спец. / А. В. Тебекин.- Москва : Юрайт, 2013. - 476 с.
44. Теоретические основы и инструменты управления инновациями : [монография] / С. Г. Емельянов [и др.]. – 2015
45. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учебник для студентов вузов по экономическим и техническим специальностям / Р. А. Фатхутдинов. – 2014
46. Фелпс Э. Массовое процветание: как мировые инновации стали источником рабочих мест, новых возможностей и изменений [Текст] /Эдмунд Фелпс; пер.с англ. Д.Крапечкина, науч.ред перевода А. Смирнов.-М.; Из-во Института Гайдара; фонд «Либеральная Миссия»; 2015.-472с.
47. Хайруллина М. В. Управление инновациями : организационно-экономические и маркетинговые аспекты : монография / М. В. Хайруллина, Е. С. Горевая ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – 2015
48. Хотяшева О. Организационные формы управления инновационной деятельностью американских компаний / О. Хотяшева // Проблемы теории и практики управления, 1997. — 6. — С. 58-63.
49. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition Manuel OECD/ЕС, 2005 (Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. 3-е изд. Совместная публикация ОЭСЗ и Евростата, 2006 г.).
50. Romer P.M. New Goods, Old Theory, and the Welfare Costs of Trade Restrictions, 1994.
51. Romer P.M. Science, Economic Growth and Public Policy, 1996.
52. Romer P.M. Increasing Returns and Long-Run Growth (Возрастающая отдача и экономический рост)// The Journal of Political Economy, October, 1986. — pp.1002-1037.

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

Для прохождения практики и подготовки ее отчета студенты могут пользоваться следующим программным обеспечением и Интернет-ресурсами.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Официальный сайт Росстата России [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://www.gks.ru>
3. Официальный сайт Фонда содействия развитию малых форм предпринимательства в НТС [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://fasie.ru/>
4. Официальный сайт Фонда технологического развития РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://www.rftr.ru/>

3. Электронный каталог на все виды изданий (база данных СФУ) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.sfu-kras.ru>.

4. Научная библиотека СФУ (база данных) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.sfu-kras.ru>.

Программное обеспечение: Операционные системы: Microsoft Windows Professional, Microsoft Office Professional, ESET NOD32 Antivirus, Adobe Acrobat

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

Выбор организации для прохождения преддипломной практики определяется ее участием в инновационном развитии экономики края и наличием в ней специально оборудованных кабинетов, измерительных и вычислительных комплексов, помещений, соответствующих действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Торгово-экономический институт, на базе которого реализуется магистерская программа 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика», располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, аудитории для выполнения письменных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, предусмотренных учебным планом, и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для реализации практики при освоении магистерской программы используются компьютерные классы, специальные помещения укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

При использовании электронных изданий во время самостоятельной подготовки ТЭИ обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Доступность в процессе обучения к сетям типа Интернет составляет один компьютер на двух студентов.

Для практики по направлению «Торговое дело» вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, имеются лицензионные справочники и базы данных.

Все помещения соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

10. Перечень баз практики

Местом проведения данной практики могут выступать сторонние действующие предприятия сферы услуг, различных форм собственности, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, связанные с профилем обучения студентов, научно-исследовательские лаборатории и отделы Красноярского научного центра СО РАН, инновационные и инжиниринговые центры и другие заинтересованные организации.

Прохождение практики осуществляется на основе договоров, заключенных между Университетом и предприятиями (организациями). В отдельных случаях допускается прохождение практики в структурных подразделениях Университета. Допускается прохождение практики на предприятии, выбранном по инициативе студента.

Программа преддипломной практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 27.04.05 «Инноватика» (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Министерством образования РФ от 30.10.2014 №1415.

Разработчики

Зав. кафедрой ТДиМ

Ю.Ю. Сулова

Д.э.н., профессор кафедры ТДиМ

В.В. Куимов

Д.э.н., профессор кафедры ТДиМ

Е.В. Щербенко

Представитель работодателя
Генеральный директор
ООО «Сибирская инвестиционная
группа», канд. экон. наук



В.В. Брюханов

«11» апреля 2018 года

Программа принята на заседании кафедры Торгового дела и маркетинга
«13» апреля 2018 года, протокол № 8