



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Начальник УРОПСИ

Рабочая программа практики  
**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА – ПРАКТИКА ПО ПРОФИЛЮ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

основной профессиональной образовательной программы магистратуры  
по направлению подготовки  
**38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Профиль программы  
**«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»**

ИНСТИТУТ

Отраслевой экономики и управления

ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА

Менеджмент

РАЗРАБОТЧИК

УРОПСИ

## **1 ТИП, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ, БАЗЫ И ЦЕЛЬ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Вид и тип практики: производственная практика – практика по профилю профессиональной деятельности.

Форма проведения практики: дискретно.

Базами производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности являются университет, организации (предприятия, учреждения) деятельность которых соответствует направленности профилю подготовки.

Для студентов магистратуры предусмотрено написание ВКР – магистерской диссертации (МД).

Цель производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности:

1) формирование у студентов магистратуры компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом видов и задач профессиональной деятельности выпускника;

2) формирование у магистрантов навыков практического применения полученных в период обучения теоретических знаний, методов сбора анализа и обработки информации с их возможным последующим использованием для подготовки магистерской диссертации;

3) формирование и развитие профессиональных знаний и умений в области управления маркетингом, овладении необходимыми профессиональными компетенциями, развитии навыков самостоятельной научно-исследовательской работы, разработке и апробации на практике оригинальных научных предложений и идей, используемых при подготовке магистерской диссертации, овладении современным инструментарием науки для поиска и интерпретации информации с целью ее использования в процессе принятия решений в области управления маркетингом.

## **2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Прохождение производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности направлено на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки.

Перечень планируемых результатов обучения, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование практики	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;</p> <p>ОПК-3: Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</p> <p>ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инстру-</p>	<p>ОПК-2.4: Применяет современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа;</p> <p>ОПК-3.1: Принимает и обосновывает варианты организационно-управленческих решений с учётом критериев операционной и организационной эффективности в условиях сложной динамической среды;</p> <p>ПК-1.6: Применяет на практике навыки разработки и реализации маркетинговых программ;</p> <p>ПК-5.2: Использует количественные и качественные методы проведения прикладных исследований изучаемого объекта и среды его функционирования, готовит аналитическое заключение с целью выявления проблем и разработки</p>	<p>Производственная практика - практика по профилю профессиональной деятельности</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологию, современные техники и методики, позволяющую выявить причинно-следственные связи, возникающие при решении управленческих и исследовательских задач;</li> <li>- современные требования к содержанию маркетинговых программ, технологию, методы и инструменты их разработки и реализации;</li> <li>- количественные и качественные методы при проведении маркетинговых исследований, а также основные положения подготовки отчета о проведении маркетингового исследования;</li> <li>- возможные экономические и социальные последствия маркетинговых управленческих решений, методы их оценки по результатам маркетингового исследования.</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывать выводы о возможных причинно-следственных связях при решении управленческих и исследовательских задач, оценивать альтернативные гипотезы;</li> <li>- осуществлять разработку маркетинговых программ, самостоятельно обеспечивать их реализацию;</li> <li>- применять количественные и качественные методы при проведении маркетинговых исследований и подготовке отчётов по результатам их применения;</li> <li>- производить оценку экономическим и социальным</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование практики	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<p>ментов комплекса маркетинга;                      ПК-5: Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;                      ПК-6: Способность оценивать экономические и социальные последствия принимаемых маркетинговых решений</p>	<p>рекомендаций по совершенствованию;                      ПК-6.2: Дает оценку экономическим и социальным последствиям принимаемых маркетинговых решений по результатам проведенного маркетингового исследования</p>		<p>последствиям принимаемых маркетинговых решений по результатам проведенного маркетингового исследования.  <i>Владеть:</i>                      - инструментарием, позволяющим выявлять и обосновывать выводы о возможных причинно-следственных связях при решении управленческих и исследовательских задач, оценивать альтернативные гипотезы;                      - профессиональными умениями самостоятельной разработки и реализации маркетинговых программ;                      - навыками применения количественных и качественных методов при проведении маркетинговых исследований и подготовке отчета о его проведении;                      - навыками интерпретации экономических и социальных последствий принимаемых маркетинговых решений по результатам проведенного маркетингового исследования.  <i>Должен приобрести опыт:</i>                      - выявления и обоснования возможных причинно-следственных связей при решении управленческих и исследовательских задач, оценивания альтернативных гипотез;                      - самостоятельной разработки и реализации маркетинговых программ;                      - проведения маркетингового исследования и формирования отчета о его проведении;                      - оценки экономических и социальных последствий принимаемых маркетинговых решений.</p>

При прохождении практики обеспечивается развитие у студентов-практикантов навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

### **3 МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕЙ**

Производственная практика – практика по профилю профессиональной деятельности входит в состав обязательной части основной профессиональной образовательной программы магистратуры и проводится во втором семестре в очной форме обучения и во втором и четвертом семестрах в заочной форме обучения.

Общая трудоемкость производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности составляет 12 зачетных единиц (ЗЕТ), 432 академических часа (324 астр. часа) контактной работы, продолжительность практики – 8 недель.

Формы аттестации по практике:

По очной форме:

производственная практика – практика по профилю профессиональной деятельности- дифференцированный зачет (зачёт с оценкой).

По заочной форме:

производственная практика – практика по профилю профессиональной деятельности: зачет во втором семестре; дифференцированный зачет (зачёт с оценкой) в четвертом семестре.

### **4 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

Содержание практики формируется на основе планируемых результатов обучения, соотносённых с планируемыми результатами освоения ОПОП, и представлено в табл. 2 - 3.

Таблица 2 – Содержание и примерный рабочий график (план) производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности для очной формы обучения

<b>Разделы (этапы) практики и их содержание</b>	<b>Продолжительность раздела (этапа)</b>
	<b>акад. час.</b>
<b>1.Подготовительный</b> (участие в организационном собрании по практике, проводимом руководителем направления магистратуры, для ознакомления студентов с целями и задачами практики, с методическими рекомендациями по её прохождению, оформлению и процедуре защиты; подготовка документов, подтверждающих факт направления на практику; получение индивидуального задания от руководителя МД;	72

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа)
	акад. час.
консультация с руководителем МД по выбору инструментария планируемых научных исследований).	
<b>2. Производственный</b> (сбор и обобщение данных об объекте исследования за трёхлетний период, необходимых для планируемых исследований проблемной ситуации; выдвижение гипотез, формирование целей и планов маркетинговых исследований; проведение исследований, необходимых для всестороннего рассмотрения объекта исследования, его различных аспектов, свойств; консультация с руководителем МД по необходимости).	144
<b>3. Аналитический</b> (оценка и интерпретация полученных результатов маркетинговых исследований; проверка выдвинутых гипотез; выявление закономерностей функционирования и проблемных ситуаций объекта исследования; определение основных факторов, которые должны быть учтены при разрешении выявленных проблем; консультация с руководителем МД по необходимости).	144
<b>4. Заключительный</b> (подготовка материалов, которые войдут в отчёт; формулирование окончательных выводов по результатам маркетинговых исследований; окончательное формирование отчёта по практике; оформление всех необходимых документов по месту прохождения практики; защита отчёта по практике).	72
<b>Итого по практике</b>	<b>432</b>

Таблица 3 – Содержание и примерный рабочий график (план) производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности для заочной формы обучения

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа)
	акад. ч.
<i>2 семестр</i>	
<b>1. Подготовительный</b> (участие в организационном собрании по практике, проводимом руководителем направления магистратуры, для ознакомления студентов с целями и задачами практики, с методическими рекомендациями по её прохождению, оформлению и процедуре защиты; подготовка документов, подтверждающих факт направления на практику; получение индивидуального задания от руководителя МД; консультация с руководителем МД по выбору инструментария планируемых научных исследований).	72
<b>2. Производственный</b> (сбор и обобщение данных об объекте исследования за трёхлетний период, необходимых для планируемых исследований проблемной ситуации; выдвижение гипотез, формирование целей и планов маркетинговых исследований; проведение исследований, необходимых для всестороннего рассмотрения объекта исследования, его различных аспектов, свойств; консультация с руководителем МД по необходимости; подготовка промежуточного отчёта по маркетинговым исследованиям).	144
<b>Итого за семестр:</b>	<b>216</b>
<i>4 семестр</i>	

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа)
	акад. ч.
3. <b>Аналитический</b> (оценка и интерпретация полученных результатов маркетинговых исследований; проверка выдвинутых гипотез; выявление закономерностей функционирования и проблемных ситуаций объекта исследования; определение основных факторов, которые должны быть учтены при разрешении выявленных проблем; консультация с руководителем МД по необходимости).	144
4. <b>Заключительный</b> (подготовка материалов, которые войдут в отчёт; формулирование окончательных выводов по результатам маркетинговых исследований; окончательное формирование отчёта по практике; оформление всех необходимых документов по месту прохождения практики; защита отчёта по практике).	72
<b>Итого за семестр:</b>	<b>216</b>
<b>Итого по практике</b>	<b>432</b>

## 5 ФОРМЫ И ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Форма отчетности по производственной практике – практике по профилю профессиональной деятельности – отчет.

Содержание производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности определяется кафедрой менеджмента совместно с руководителем магистерской диссертации. Программа практики разрабатывается студентом магистратуры индивидуально в соответствии с темой магистерской диссертации совместно с руководителем магистерской диссертации.

Отчет выполняется в соответствии с требованиями методических указаний по оформлению учебных текстовых работ. Отчет о прохождении практики должен охватывать все вопросы программы практики.

Отчет подписывается руководителем от профильной организации, руководителем от университета и магистрантом.

Законченный и полностью оформленный отчет по практике магистрант представляет на проверку научному руководителю, который в свою очередь по результатам защиты определяет степень выполнения индивидуального задания магистрантов и достижения планируемых результатов практики.

## 6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

Аттестация по практике проводится на основе защиты отчета по практике, выполненного в соответствии с индивидуальным заданием на практику.

По итогам аттестации по практике выставляется оценка. Оценка по практике (зачет с оценкой) заносится в зачетно-экзаменационную ведомость, учитывается при подведении итогов общей успеваемости в соответствующем семестре.

Оценивание результатов включает в себя критерии оценивания и систему оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (табл. 4).

Таблица 4 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов</b>	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полной знаний и системным взглядом на изучаемый объект
<b>2 Работа с информацией</b>	Не в состоянии находить необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
<b>3. Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта</b>	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные данные	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи



Система оценок  Критерий	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>4. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач</b>	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

Положительная оценка («отлично», «хорошо» или «удовлетворительно») выставляется как среднее арифметическое по отдельным критериям или по сумме набранных баллов.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв руководителя о работе над ВКР (МД), считается не аттестованным.

## 7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### Нормативно-правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.06.2018) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 N 146-ФЗ (ред. от 28.03.2017) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2018) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 04.06.2018) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
7. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 31.12.2017) "О бухгалтерском учете" (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

8. Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 03.04.2018) "О валютном регулировании и валютном контроле" (с изм. и доп., вступ. в силу с 14.05.2018) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

9. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "Об аудиторской деятельности" (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

10. Приказ Минфина России от 09.11.2016 N 207н "О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации" (Зарегистрировано в Минюсте России 17.11.2016 N 44354) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

11. <Информация> Минфина России N ПЗ-11/2013 "Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности" (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

12. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 03.04.2018) "О рекламе" (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

#### **Основная учебная литература:**

1. Бакулев, В.А. Основы научного исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Бакулев, Н.П. Бельская, В.С. Берсенева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина ; науч. ред. О.С. Ельцов. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 63 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

2. Васильева, Э.К. Статистика [Электронный ресурс] : учебник / Э.К. Васильева, В.С. Лялин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 399 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

3. Ким, Т.В. Экономика предприятий рыбохозяйственной отрасли : учеб. пособие / Т. В. Ким, Т. В. Бубновская, Н. А. Коровина. - Москва : МОРКНИГА, 2015. - 391 с.

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

5. Трофимова, Л. А. Методы принятия управленческих решений : учеб. и практикум / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов ; СПбГУ. - Москва : Юрайт, 2015. - 335 с.

6. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

7. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие / ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

**Дополнительная учебная литература:**

1. Алексунин, В.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В.А. Алексунин. - 6-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 200 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

2. Афанасьева, О.Е. Маркетинг: теория и практика : учеб.пособие для студентов экон. специальностей всех форм обучения / О. Е. Афанасьева ; Федер. агентство по рыболовству, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота, Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : БГАРФ, 2013. - 279 с.

3. Афанасьева, О.Е. Маркетинг транспортных услуг : учеб.пособие для студ. трансп. фак. всех форм обучения / О. Е. Афанасьева ; рец. : Е. С. Енина, Л. Ю. Щербинина ; Федер. агентство по рыболовству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота. - Калининград : БГАРФ, 2015. - 134 с.

4. Блюм, М.А. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.А. Блюм ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 94 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

5. Ендовицкий Д.А. Анализ инвестиционной привлекательности организации [Электронный ресурс] : монография / Д.А. Ендовицкий, В.А. Бабушкин, Н.А. Батурина. – Москва :КноРус, 2017. – 374 с. (ЭБС «Book.ru»).

6. Маркетинг-менеджмент : учеб.и практикум для бакалавриата и магистратуры / Высш. шк. экономики – Нац. исслед. ун-т ; под ред.: И. В. Липсица, О. К. Ойнер. - Москва :Юрайт, 2016. - 379 с.

7. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия : учеб. / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой ; рец. : А. А. Литвинюк, Л. А. Данченко. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 284 с.

8. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 208 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

9. Селезнева, Н.Н. Налоговый менеджмент: администрирование, планирование, учет [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Н. Селезнева. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 224 с. (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

10. Беклемешева, Е.В. Экономический анализ в маркетинге [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие по орг. самостоят. работы и выполнению контрол. работ для студентов направления 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. В. Беклемешева ; Федер. агентство по рыболовству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота. - Электрон.текстовые дан. - Калининград : БГАРФ, 2017. (ЭБ «НТБ КГТУ»).

11. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех специальностей и направлений ИФЭМ / Калинингр. гос. техн. ун-т, Ин-т финансов, экономики и менеджмента ; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд., [испр.], доп. - Калининград : КГТУ, 2017. - 22 с.

#### **Периодические издания:**

«Вопросы экономики», «Маркетинг в России и за рубежом», «Менеджмент в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования», «Управление корпоративными финансами», «Финансовый менеджмент», «Финансы», «Финансы и кредит», «Экономический анализ», «Деньги, кредит», «Балтийский экономический журнал», «Рыбное хозяйство», «Экономическая среда».

## **8 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ**

Студент при прохождении практики, в ходе выполнения заданий по практике и формировании отчета использует лицензионное программное обеспечение - офисные приложения, получаемые по программе Open Value Subscription; «ГАРАНТ» и т.д.

#### **Электронные образовательные ресурсы:**

- Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков - <https://stepik.org>

- Образовательная платформа - <https://openedu.ru/>

#### **Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС):**

Сайт Министерства экономического развития и торговли России [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru);

Сайт Федеральной службы государственной статистики [www.gks.ru](http://www.gks.ru);

Агентство экономической информации [www.prime-tass.ru](http://www.prime-tass.ru);

Справочно-поисковая система [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru);

Справочно-поисковая система [www.complexdoc.ru](http://www.complexdoc.ru);

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>;

Российское образование: федеральный образовательный портал [www.edu.ru](http://www.edu.ru);

Официальный сайт Госкомстата РФ [www.gks.ru](http://www.gks.ru);

Интернет-портал, посвященный сфере маркетинга [www.4P.ru](http://www.4P.ru);

Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент».  
[www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru).

Сайт Гильдии маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)

Бизнес-сайт агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет" [www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru)

## **9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ПРАКТИКИ**

Перечень соответствующих помещений и их оснащения приведен в таблице 5.

Таблица 5 – Материально-техническое обеспечение практики

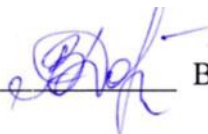
<b>Наименование практики</b>	<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений для самостоятельной работы</b>
Производственная практика – практика по профилю профессиональной деятельности	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 419М, компьютерный класс -учебная аудитория для проведения практики по профилю профессиональной деятельности, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 15 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 325М - помещение для хранения и обслуживания учебного оборудования	Шкафы, стеллажи, оборудование и аппаратура для ремонта и профилактики

## 10 СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа производственной практики- практики по профилю профессиональной деятельности представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль программы «Управление маркетингом»).

Рабочая программа практики рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмент (протокол № 7 от 5 апреля 2022 г.).

Заведующая кафедрой

  
\_\_\_\_\_ В. В. Дорофеева

Директор института

  
\_\_\_\_\_ А.Г. Мнаçаканян

Приложение 1

Федеральное агентство по рыболовству  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
 «Калининградский государственный технический университет»  
 (ФГБОУ ВО «КГТУ»)  
 Институт отраслевой экономики и управления (ИНОТЭКУ)

**ОТЧЕТ О РАБОТЕ МАГИСТРАНТА**  
 за \_\_\_\_\_ год обучения (\_\_\_ семестр)

Фамилия, имя, отчество магистранта \_\_\_\_\_  
 Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.04.02 «Менеджмент», профиль «Управление маркетингом» \_\_\_\_\_  
 Форма обучения: \_\_\_\_\_  
 Выпускающая кафедра: отраслевой логистики, маркетинга и коммерции \_\_\_\_\_  
 Научный руководитель: \_\_\_\_\_  
 (ученая степень и звание, Ф.И.О.)

Краткий отчет о полученных научных результатах магистранта:

	Направление элемента работы	Отметка о выполнении
1	Темы магистерской диссертации	
2	Наличие согласованной структуры магистерской диссертации	
3	Научные публикации по теме исследования (с указанием выходных данных и приложением копии содержания сборника)	
4	Участие в научных конференциях (с указанием названия конференции, даты и места проведения, а также темы доклада)	
5	Участие в конкурсах и индивидуальные гранты по теме исследования	

Магистрант: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
 Научный руководитель: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
 Заведующий кафедрой  
 (руководитель магистерской программы) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /