



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

ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА

РАЗРАБОТЧИК

Отраслевой экономики и управления

Менеджмент

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.

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 компетенциями

Код и наименование компетенции	Наименование практики	Результаты обучения, соотнесенные с установленными компетенциями
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; 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; ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; ПК-2: Способен осуществлять контроль операционных и финансовых показателей эффективности логистической деятельности организации	Производственная практика - практика по профилю профессиональной деятельности	Знать: - нормативные правовые акты, которые необходимо учитывать при контроле операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - методы и приемы анализа взаимосвязи инструментов комплекса маркетинга с операционными и финансовыми показателями эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - порядок разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга. Уметь: - анализировать взаимосвязь инструментов комплекса маркетинга с операционными и финансовыми показателями эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; - предлагать решения в сфере маркетинга, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации. Владеть: - методами разработки маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами повышения эффективности деятельности организации с использованием инструментов комплекса маркетинга. Приобрести опыт: - самостоятельной разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации.

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 на первом курсе по заочной форме обучения.

Общая трудоемкость производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности составляет 6 зачетных единиц (ЗЕТ), 216 академических часов (162 астр.часа) контактной работы, продолжительность практики – 4 недели.

Формы аттестации по производственной практике – практики по профилю профессиональной деятельности - дифференцированный зачет (зачёт с оценкой).

4 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

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

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

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа) акад.ч.
1. Подготовительный (участие в организационном собрании по практике, проводимом руководителем практики от ВУЗа, 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).	14
2. Этап сбора и анализа данных (анализ рынка и целевой аудитории объекта исследования; изучение нормативной базы, регулирующей маркетинговую и/или логистическую деятельность объекта исследова-	90

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа) акад.ч.
ния МД; сбор и обобщение данных об объекте исследования за трёх-летний период; анализ комплекса маркетинга и/ или логистической деятельности организации и их влияния на эффективность бизнеса; консультация с руководителем МД по необходимости).	
3. Этап выявления и решения проблем (выявление маркетинговых и/или логистических проблем организации; разработка маркетинговых программ для решения проблем с использованием инструментов комплекса маркетинга; обоснование экономической целесообразности предложенных программ)	54
4. Заключительный (подготовка материалов, которые войдут в отчёт; формулирование окончательных выводов по эффективности предложенных маркетинговых программ; окончательное формирование отчёта по практике; оформление всех необходимых документов по месту прохождения практики)	54
5. Аттестация по практике — подготовка к защите отчета по практике, защита отчета, выставление дифференцированного зачёта	4
Итого по практике	216

Содержание производственной практики - практики по профилю профессиональной деятельности *определяется кафедрой менеджмента и включает следующие этапы:*

1 этап – Подготовительный. Этот этап включает:

- участие студента в организационном собрании с руководителем практики от ВУЗа, знакомство с целями и задачами практики, с методическими рекомендациями по её прохождению;
- подготовку документов, подтверждающих факт прохождения практики;
- консультации с руководителем МД для выбора инструментария планируемых в ходе практики научных исследований;
- получение индивидуального задания на практику.

2 этап – Сбора и анализа данных. В процессе прохождения практики студенты должны выполнить следующие задания *этапа:*

- исследовать факторы внешней макро- и микро- среды организации на основе определенной совместно с руководителем МД методологии;
- дать технико-экономическую характеристику объекта исследования: 1) название, краткая историческая справка, вид собственности и виды деятельности, согласно уставным документам (выписка из ЕГРЮЛ представляется в приложении к отчету), анализ организационной структуры, место и роль организации в системе более высокого порядка (отрасли, региональном экономическом комплексе), анализ системы управления персоналом; 2) изучить

нормативно-регулирующей базы осуществления маркетинговой и/или логистической деятельности организации;

– провести финансово-экономический анализ деятельности организации на основе трехгодичных данных официальной отчетности, *результаты анализа должны быть приведены в табличной и графической форме не менее чем за три отчётных периода (допускается сокращение срока предоставления данных при меньшем сроке регистрации рассматриваемого предприятия)*;

– исследовать комплекс маркетинга организации и/или логистическую деятельность на основе определенного ранее инструментария и оценить их влияние на эффективность бизнеса.

Данный этап сопровождается консультациями с руководителем МД по необходимости.

3 этап – Выявления и решения проблем. На данном этапе студенту необходимо выполнить следующие задания:

– выявить маркетинговые и/или логистические проблемы объекта исследования на основе аналитического заключения о сильных и слабых сторонах маркетинговой и/или логистической деятельности организации на основе результатов проведенных ранее исследований: развёрнутый SWOT-анализ с выводами и рекомендациями;

– разработать обоснованную программу маркетинга, направленную на решение проблем организации и на повышение эффективности её деятельности в соответствии с проблематикой МД;

– оценить бизнес-возможности по реализации маркетинговой программы, её экономическую целесообразность.

4 этап – Заключительный. На *Заключительном этапе* практики необходимо выполнить такие задания, как:

– подготовить материалы, которые войдут в отчёт, на основе обобщения и систематизации собранной и проанализированной информации об объекте исследования;

– сформулировать окончательные выводы по эффективности предложенных маркетинговых программ;

– сформировать отчёт по практике и оформить все необходимые документы по месту прохождения практики.

Далее для аттестации по практике студент сдает отчет руководителю от ВУЗа, готовится к защите отчета по практике и непосредственно его защищает с получением зачета с оценкой.

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.

Структура отчета в очной и заочной формах обучения следующая:

- титульный лист;
- лист «Содержание»;
- введение;
- основная часть (результаты выполнения заданий всех этапов практики);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

К отчету подшивается (после титульного листа):

- индивидуальное задание, подписанное руководителем практики от университета, руководителем практики от профильной организации, студентом (Приложение 1).

Также отдельно к отчету прилагаются:

- характеристика на студента по результатам прохождения практики, подписанная руководителем практики от профильной организации или руководителем практики от университета (Приложение 2);
- аттестационный лист, подписанный руководителем практики от университета (Приложение 3).

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;
- тестовых заданий закрытого и открытого типов (могут быть использованы для проведения промежуточной аттестации при необходимости);
- характеристики на студента по результатам прохождения практики.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения практики (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении к рабочей программе практики (утверждается отдельно).

Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Нормативно-правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 13.12.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 N 146-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (вступ. в силу с 08.08.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 22.07.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 29.11.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 05.02.2025) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.12.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).
7. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете" (ред. от 12.12.2023) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

8. Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле" (ред. от 28.12.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

9. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности" (ред. от 25.10.2024) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

10. <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 "О рекламе" (ред. от 26.12.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2025) (Справочная правовая система «КонсультантПлюс»).

Основная учебная литература:

1. Акбюлов Р.И. Маркетинг / Р.И. Акбюлов. – СПб.: Лань, 2024. – 140 с. – ISBN 978-5-507-48137-8. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/362900> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Николаева М.А. Маркетинг: учебник / М.А. Николаева. – М.: Дашков и К, 2023. – 364 с. – ISBN 978-5-394-05097-8. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/315923> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Полякова Э.И. Экономический и маркетинговый анализ: учебное пособие / Э.И. Полякова. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. – 308 с. – ISBN 978-5-9729-1436-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/347594> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Стратегический маркетинг: учебное пособие / Т.Г. Виноградова, Д.Я. Магомедмирозова, М.С. Проскуряков. – СПб.: СПбГАУ, 2023. – 110 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/406298> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Сусов Р.В. 1С: Академия ERP. Управление маркетингом и сбытом: учебное пособие / Р.В. Сусов. – СПб.: Лань, 2025. – 348 с. – ISBN 978-5-9677-3533-2. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/477833> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Управление маркетингом: учебное пособие / Л.Н. Минеева, Ю.А. Бутырина, А.И. Пшенцова. – Саратов: Вавиловский университет, 2024. – 240 с. – ISBN 978-5-00207-653-6. –

Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/450410> (дата обращения: 21.06.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Цифровой маркетинг: учебник / Д.Р. Амирова, Е.В. Духанина, А.Б. Зубков. – М.: МУИВ, 2024. – 141 с. – ISBN 978-5-9580-0716-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/443030> (дата обращения: 21.06.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная учебная литература:

1. Казущик А.А. Маркетинг: комплекс функциональных элементов маркетинга: практическое пособие: учебное пособие / А.А. Казущик. – Гомель: ГГУ имени Ф. Скорины, 2022. – 43 с. – ISBN 978-985-577-848-7. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/320957> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Константинов В.И. Маркетинг: учебное пособие / В.И. Константинов. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. – 236 с. – ISBN 978-5-9729-1146-2. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/347564> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Костромина Е.А. Маркетинг услуг: учебное пособие / Е.А. Костромина, И.А. Имшинецкая. – М.: МУИВ, 2023. – 127 с. – ISBN 978-5-9580-0672-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/433724> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие / под редакцией Л.С. Латышевой. – М.: Дашков и К, 2022. – 142 с. – ISBN 978-5-394-04173-0. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/277343> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Мнацаканян, А.Г., Настин, Ю.Я., Круглова, Э.С. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ. 2-е изд., дополненное, версия 11.10.18. – Калининград: Изд-во КГТУ, 2018. – 29с.

6. Романов А.А. Маркетинг: учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. – М.: Дашков и К, 2022. – 440 с. – ISBN 978-5-394-04234-8. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/277340> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Трушина Е.В. Маркетинг: учебник / Е.В. Трушина, О.О. Скрыбин, А.А. Гудилин. – М.: МИСИС, 2023. – 216 с. – ISBN 978-5-907560-70-3. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/360404> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

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 OpenValueSubscription; “ТАРАНТ” 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;

Сайт Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru;

Справочно-поисковая система www.consultant.ru;

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

Научная электронная библиотека "КиберЛенинка" <https://cyberleninka.ru/>;

Сайт Гильдии маркетологов www.marketologi.ru

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ПРАКТИКИ

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При прохождении практики используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения размещен на официальном сайте университета в информационно - телекоммуникационной сети Интернет.

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 менеджмента (протокол № 9 от 23.04.2025 г.).

Заведующая кафедрой

В.В. Дорофеева

Директор института

А.Г. Мнацаканян

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
 Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ
 Заведующий кафедрой _____
 «___» _____ 20__ г.

Индивидуальное задание
 по производственной практике – практике по профилю профессиональной деятельности
 (вид, тип практики)

студента _____, _____
 (Ф.И.О. полностью) (группа)

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль программы «Управление маркетингом»
 ки (специальность) _____
 (код, наименование)

Место прохождения практики:

кафедра _____ менеджмента
 (наименование организации, структурного подразделения)

(адрес)

За время прохождения практики: с «___» _____ 20__ г.
 по «___» _____ 20__ г.

студент должен выполнить следующие виды работ (заданий):

№ п/п	Содержание практики (наименование работ/заданий)	Рабочий график практи- ки
1	Подготовительный (участие в организационном собрании по практике, проводимом руководителем практики от ВУЗа, 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).	с _____ по _____
2	Этап сбора и анализа данных (анализ рынка и целевой аудитории объекта исследования; изучение нормативной базы, регулирующей маркетинговую и/или логистическую деятельность объекта исследования МД; сбор и обобщение данных об объекте исследования за трёхлетний период; анализ комплекса маркетинга и/или логистической деятельности организации и их влияния на эффективность бизнеса; консультация с руководителем МД по необходимости).	с _____ по _____
3	Этап выявления и решения проблем (выявление маркетинговых и/или логистических проблем организации; разработка маркетинговых программ для решения проблем с использованием инструментов комплекса маркетинга; обоснование экономической целесообразности предложенных про-	с _____ по _____

	грамм)	
4	Заключительный (подготовка материалов, которые войдут в отчёт; формулирование окончательных выводов по эффективности предложенных маркетинговых программ; окончательное формирование отчёта по практике; оформление всех необходимых документов по месту прохождения практики)	с _____ по _____
5	Аттестация по практике — подготовка к защите отчета по практике, защита отчета, выставление дифференцированного зачёта	с _____ по _____

Планируемые результаты практики

Код и наименование компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
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; 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; ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; ПК-2: Способен осуществлять контроль операционных и финансовых показателей эффективности логистической деятельности организации	<i>Знать:</i> - нормативные правовые акты, которые необходимо учитывать при контроле операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - методы и приемы анализа взаимосвязи инструментов комплекса маркетинга с операционными и финансовыми показателями эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - порядок разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга. <i>Уметь:</i> - анализировать взаимосвязь инструментов комплекса маркетинга с операционными и финансовыми показателями эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; - предлагать решения в сфере маркетинга, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации. <i>Владеть:</i> - методами разработки маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами повышения эффективности деятельности организации с использованием инструментов комплекса маркетинга. <i>Должен приобрести опыт:</i> - самостоятельной разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации.

Руководитель практики
от университета

(подпись)

(Фамилия И.О., должность)

Руководитель практики
от профильной организации

(подпись)

(Фамилия И.О., должность)

Практикант

(подпись)

(телефон, E-mail)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Приложение 2

ХАРАКТЕРИСТИКА НА СТУДЕНТА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент(ка) _____ группы _____

Ф.И.О. студента (ки) _____

направления подготовки 38.04.02 Менеджментпрограммы магистратуры Управление маркетингом

прошел (ла) производственную практику– практику по профилю профессиональной деятельности в объеме __ ЗЕТ, _____ академических часов

с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

с целью освоения компетенций:

Код и наименование компетенции	Результаты обучения, соотнесенные с установленными компетенциями
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; 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; ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; ПК-2: Способен осуществлять контроль операционных и финансовых показателей эффективности логистической деятельности организации	<i>Знать:</i> - нормативные правовые акты, которые необходимо учитывать при контроле операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - методы и приемы анализа взаимосвязи инструментов комплекса маркетинга с операционными и финансовыми показателями эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - порядок разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга. <i>Уметь:</i> - анализировать взаимосвязь инструментов комплекса маркетинга с операционными и финансовыми показателями эффективности деятельности организации (в том числе логистической); - разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; - предлагать решения в сфере маркетинга, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации. <i>Владеть:</i> - методами разработки маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - методами повышения эффективности деятельности организации с использованием инструментов комплекса маркетинга. <i>Должен приобрести опыт:</i> - самостоятельной разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации.

Заключение руководителя практики от профильной организации*:

В результате прохождения практики достигнут уровень освоения компетенций**:

Высокий	Базовый	Минимальный	Не освоены

Руководитель практики от
профильной организации*

Подпись

(Ф.И.О., должность)

* – если практика проходит в университете, то характеристика подписывается руководителем практики от университета.

** - выбрать вариант и поставить знак “V”

«__» _____ 20__ г.

Приложение 3

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

по производственной практике- практике по профилю профессиональной деятельности

Студент(ка)

Ф.И.О. студента (ки)

группы

направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиля программы Управление маркетингом

успешно прошел (ла)

производственную практику – практику по профилю профессиональной деятельности

в объёме

зачётных единиц

академических часов

с «___» _____ 202_г. по «___» _____ 202_г.

производственной практики –
практики по профилю профессиональной деятельности

По результатам прохождения

студент (ка)

показал(а) следующий уровень сформированных компетенций:

Код и наименование компетенции	Уровни освоения компетенций			
	Высокий	Базовый	Минимальный	Не освоена
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				
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				
ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга				

ПК-2: Способен осуществлять контроль операционных и финансовых показателей эффективности логистической деятельности организации				
---	--	--	--	--

Итоговое заключение:

Программа производственной практики – практики по профилю профессиональной деятельности выполнена с оценкой _____, уровень сформированных компетенций соответствует / не соответствует требованиям рабочей программы практики.

Руководитель практики от университета

Подпись

(Ф.И.О.)