



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

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПС

Рабочая программа практики
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА – НАУЧНО – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

ИНСТИТУТ

ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА

РАЗРАБОТЧИК

Отраслевой экономики и управления

Менеджмента

УРОПС

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

Вид и тип практики: производственная практика – научно- исследовательская работа.

Форма проведения практики: дискретно.

Базами производственной практики – научно- исследовательской работы являются университет, организации (предприятия, учреждения) деятельность которых соответствует направленности профилю подготовки.

Цель производственной практики - научно-исследовательской работы:

- 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;

- формирование и развитие профессиональных знаний и умений в области управления маркетингом, овладение необходимыми профессиональными компетенциями, развитие навыков самостоятельной научно-исследовательской работы, разработка и апробация на практике оригинальных научных предложений и идей, используемых при подготовке магистерской диссертации;

- овладение современным инструментарием науки для поиска и интерпретации информации с целью ее использования в процессе принятия решений в области разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Прохождение производственной практики – научно - исследовательской работы 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-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты; 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 – научно- исследовательская работа	Знать: - методологию научных исследований в маркетинге; - принципы и методы формирования маркетинговых стратегий, включая анализ рынка, сегментацию, позиционирование и выбор целевой аудитории; - различные элементы комплекса маркетинга (4Р: продукт, цена, место, продвижение) и их взаимосвязи; - способы анализа операционных и финансовых показателей, такие как KPI, ROI, анализ затрат и выгод. Уметь: - критически анализировать научные публикации, разрабатывать концепцию исследования и применять методы статистического анализа для обработки данных; - создавать комплексные маркетинговые планы, включающие определение целей, выбор инструментов и методов их реализации; - собирать и интерпретировать данные о результатах маркетинговых кампаний и логистических процессов для принятия обоснованных решений; - адаптировать и модифицировать маркетинговые программы на основе анализа полученных результатов и изменений в рыночной среде. Владеть: - навыками критического анализа научных публикаций, разработки концепции исследования и применения методов статистического анализа для обработки данных; - навыками использования современных цифровых инструментов и платформ;

		- методами планирования, организации и контроля выполнения маркетинговых и логистических проектов; - современными аналитическими инструментами для оценки эффективности маркетинговых программ и логистических процессов. Приобрести опыт: - самостоятельных научных исследований в сфере профессиональной деятельности, критической оценки проводимых научных исследований; - разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации (включая логистическую).
--	--	--

При прохождении практики обеспечивается развитие у студентов-практикантов навыков научно-исследовательской деятельности, 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 - научно - исследовательская работа входит в состав обязательной части основной профессиональной образовательной программы магистратуры и проводится в третьем семестре (параллельно с теоретическим обучением) и концентрированно в четвертом семестре в очной форме обучения; в заочной форме обучения – рассредоточено на 2 курсе и концентрированно на третьем курсе.

Общая трудоемкость производственной практики – научно- исследовательской работы научно - исследовательской работы составляет 18 зачетных единиц (ЗЕТ), 648 академических часов (486 астр.часов) контактной работы.

Формы аттестации по производственной практике – научно- исследовательской работе: дифференцированный зачет (зачет 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 – научно- исследовательской работы по очной/заочной форме

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа), акад. ч.
<i>3 семестр оч./ 2 курс заоч.</i>	
1.Подготовительный (детализация плана НИР для написания второго раздела магистерской диссертации; поиск, сбор, отбор, систематизация информации, необходимой для решения исследовательских задач второго раздела магистерской диссертации).	72
2. Аналитический (использование метода или методики решения исследовательских проблем, которые обучающийся разработал/ модернизировал/ выбрал или применил в новых условиях на примере выбранного объекта исследования; оценка и интерпретация полученных результатов; определение основных задач, решение которых предполагает получение результатов, обладающих научной новизной и практической значимостью).	72
3. Заключительный (подготовка материала для формирования второ-	72

Разделы (этапы) практики и их содержание	Продолжительность раздела (этапа), акад. ч.
го раздела магистерской диссертации; подготовка доклада, презентации и публикации на конференцию по полученным результатам НИР; предоставление второго раздела магистерской диссертации, готовой публикации, отчета о работе магистранта за 2-ой год обучения (3 семестр) научному руководителю МД для получения зачёта). Итог данного этапа – доклад на конференции и (или) публикация научной статьи.	
Итого за семестр:	216
4 семестр оч./ 3 курс заоч.	
1.Подготовительный (обоснование авторских (с элементами научной новизны) предложений и рекомендаций по разрешению выявленных проблем объекта исследования в соответствии с целью МД; составление плана мероприятий по реализации предложений и рекомендаций).	72
2. Практический (оценка эффективности предложенных мероприятий и перспектив их практического применения; подготовка документов для внедрения предложений магистранта в реальную деятельность объекта исследования; получение по возможности акта внедрения от объекта исследования).	120
3. Заключительный (подготовка материала для формирования третьего раздела магистерской диссертации; объединение в единую работу всех трёх разделов МД; написание введения и заключения МД; добавление библиографического списка и приложений; написание автореферата магистерской диссертации; предоставление полностью готовой магистерской диссертации и автореферата научному руководителю МД для получения дифференцированного зачёта по НИР). Итог данного этапа – доклад на конференции и (или) публикация научной статьи.	240
Итого за семестр:	432
Итого по практике:	648

5 ФОРМЫ И ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Форма отчетности по производственной практике - научно- исследовательская работе - отчет.

После окончания практики каждый студент представляет на кафедру отчет по практике. В отчет входят индивидуальные задания, выполненные студентом в период прохождения практики.

Отчеты должны быть подписаны руководителями практики. Отчет принимается руководителем практики от кафедры. Защита отчетов проводится студентами по окончании практики.

Общий контроль за прохождением научно – исследовательской работы возлагается на руководителя ВКР (магистерской диссертации).

Представление результатов производственной практики - научно-исследовательской работы:

1. Подготовка научного доклада и представления его на конференции;
2. Подготовка и публикация научных статей.

К защите магистерской диссертации магистрант допускается только при наличии *не менее двух публикаций* по теме исследования.

Отчет по производственной практике - научно - исследовательской работе за третий семестр в очной форме обучения и на 2 курсе в заочной форме обучения имеет следующую структуру:

- титульный лист;
- лист «Содержание»;
- введение;
- основная часть (результаты выполнения индивидуального задания на практику);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Отчет по производственной практике - научно - исследовательской работе за четвертый семестр в очной форме обучения и на 3 курсе в заочной форме обучения представляется по структуре автореферата магистерской диссертации.

В каждом семестре, в котором предусматривалась производственная практика- научно-исследовательская работа магистрант заполняет бланк отчета о своей работе (Приложение 1).

К отчету подшивается (после титульного листа):

- индивидуальное задание, подписанное руководителем практики от университета, руководителем практики от профильной организации, студентом (Приложения 2-3).

Также отдельно к отчету прилагаются:

- характеристика на студента по результатам прохождения практики, подписанная руководителем практики от профильной организации или руководителем практики от университета (Приложения 4);
- аттестационный лист, подписанный руководителем практики от университета (Приложения 5).

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. Акьюлов, Р. И. Маркетинг / Р. И. Акьюлов. — Санкт-Петербург : 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. Магистерская диссертация: учеб.-метод. пособие / А. Г. Мнацаканян, А. Н. Кохан, О. Г. Огий, А. М. Карлов, В. И. Кузин. — Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО "КГТУ", 2023. — 33 с.

3. Пустынникова, Е. В. Интегрированная логистика : учебное пособие / Е. В. Пустынникова. — 2-е изд., испр. и доп.. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2024. — 312 с. — ISBN 978-5-4383-0285-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/371237> (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Тюленева, Т. А. Экономический анализ / Т. А. Тюленева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 240 с. — ISBN 978-5-507-47989-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/362891> (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 552 с. — ISBN 978-5-394-04350-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229454> (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная учебная литература:

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образователь-

ная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560232> (дата обращения: 07.04.2025).

2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538866> (дата обращения: 07.04.2025).

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490035> (дата обращения: 07.04.2025).

4. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, В.М. Михайлова. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 232 с.

Периодические издания:

«Вопросы экономики», «Маркетинг 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;
Справочно-поисковая система www.consultant.ru;

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

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

Официальный сайт Госкомстата РФ www.gks.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 - научно- исследовательской работы 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 № 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 (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: _____
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) _____ / _____ /

Приложение 2



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 – научно-исследовательской работе –
 3 семестр (оч.) / 2 курс (заоч.)

(вид, тип практики)

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

Направление подготов- 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 практики
1	Подготовительный (детализация плана НИР для написания второго раздела магистерской диссертации; поиск, сбор, отбор, систематизация информации, необходимой для решения исследовательских задач второго раздела магистерской диссертации).	с _____ по _____
2	Аналитический (использование метода или методики решения исследовательских проблем, которые обучающийся разработал/ модернизировал/ выбрал или применил в новых условиях на примере выбранного объекта исследования; оценка и интерпретация полученных результатов; определение основных задач, решение которых предполагает получение результатов, обладающих научной новизной и практической значимостью).	с _____ по _____
3	Заключительный (подготовка материала для формирования	с _____

	второго раздела магистерской диссертации; подготовка доклада, презентации и публикации на конференцию по полученным результатам НИР; предоставление второго раздела магистерской диссертации, готовой публикации, отчета о работе магистранта за 2-ой год обучения (3 семестр) научному руководителю МД для получения зачёта). Итог данного этапа – доклад на конференции и (или) публикация научной статьи.	по _____
--	--	----------

Планируемые результаты практики

Код и наименование компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотношенные с компетенциями
ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты; 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> - методологию научных исследований в маркетинге; - принципы и методы формирования маркетинговых стратегий, включая анализ рынка, сегментацию, позиционирование и выбор целевой аудитории; - различные элементы комплекса маркетинга (4Р: продукт, цена, место, продвижение) и их взаимосвязи; - способы анализа операционных и финансовых показателей, такие как KPI, ROI, анализ затрат и выгод. <i>Уметь:</i> - критически анализировать научные публикации, разрабатывать концепцию исследования и применять методы статистического анализа для обработки данных; - создавать комплексные маркетинговые планы, включающие определение целей, выбор инструментов и методов их реализации; - собирать и интерпретировать данные о результатах маркетинговых кампаний и логистических процессов для принятия обоснованных решений; - адаптировать и модифицировать маркетинговые программы на основе анализа полученных результатов и изменений в рыночной среде. <i>Владеть:</i> - навыками критического анализа научных публикаций, разработки концепции исследования и применения методов статистического анализа для обработки данных; - навыками использования современных цифровых инструментов и платформ; - методами планирования, организации и контроля выполнения маркетинговых и логистических проектов; - современными аналитическими инструментами для оценки эффективности маркетинговых программ и логистических процессов. <i>Должен приобрести опыт:</i> - самостоятельных научных исследований в сфере профессиональной деятельности, критической оценки проводимых научных исследований; - разработки и реализации маркетинговых программ с

	использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации (включая логистическую).
--	---

Руководитель практики от
университета

(подпись)

(Фамилия И.О., должность)

Руководитель
практики от
профильной ор-
ганизации

(подпись)

(Фамилия И.О., должность)

Практикант

(подпись)

(телефон, E-mail)

« _____ » _____ 20 ____ г.

Приложение 3



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 – научно-исследовательской работе –
4 семестр (оч.)/3 курс (заоч.)

(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 практики
1	Подготовительный (обоснование авторских (с элементами научной новизны) предложений и рекомендаций по разрешению выявленных проблем объекта исследования в соответствии с целью МД; составление плана мероприятий по реализации предложений и рекомендаций).	с _____ по _____
2	Практический (оценка эффективности предложенных мероприятий и перспектив их практического применения; подготовка документов для внедрения предложений магистранта в реальную деятельность объекта исследования; получение по возможности акта внедрения от объекта исследования).	с _____ по _____
3	Заключительный (подготовка материала для формирования третьего раздела магистерской диссертации; объединение в единую работу всех трёх разделов МД; написание введения и заключения МД; добавление библиографического списка и	с _____ по _____

	приложений; написание автореферата магистерской диссертации; предоставление полностью готовой магистерской диссертации и автореферата научному руководителю МД для получения дифференцированного зачёта по НИР). Итог данного этапа – доклад на конференции и (или) публикация научной статьи.	
--	--	--

Планируемые результаты практики

Код и наименование компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотношенные с компетенциями
ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты; 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> - методологию научных исследований в маркетинге; - принципы и методы формирования маркетинговых стратегий, включая анализ рынка, сегментацию, позиционирование и выбор целевой аудитории; - различные элементы комплекса маркетинга (4Р: продукт, цена, место, продвижение) и их взаимосвязи; - способы анализа операционных и финансовых показателей, такие как KPI, ROI, анализ затрат и выгод. <i>Уметь:</i> - критически анализировать научные публикации, разрабатывать концепцию исследования и применять методы статистического анализа для обработки данных; - создавать комплексные маркетинговые планы, включающие определение целей, выбор инструментов и методов их реализации; - собирать и интерпретировать данные о результатах маркетинговых кампаний и логистических процессов для принятия обоснованных решений; - адаптировать и модифицировать маркетинговые программы на основе анализа полученных результатов и изменений в рыночной среде. <i>Владеть:</i> - навыками критического анализа научных публикаций, разработки концепции исследования и применения методов статистического анализа для обработки данных; - навыками использования современных цифровых инструментов и платформ; - методами планирования, организации и контроля выполнения маркетинговых и логистических проектов; - современными аналитическими инструментами для оценки эффективности маркетинговых программ и логистических процессов. <i>Должен приобрести опыт:</i> - самостоятельных научных исследований в сфере профессиональной деятельности, критической оценки проводимых научных исследований; - разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансо-

	вых показателей эффективности деятельности организации (включая логистическую).
--	---

Руководитель практики от
университета

(подпись)

(Фамилия И.О., должность)

Руководитель
практики от
профильной ор-
ганизации

(подпись)

(Фамилия И.О., должность)

Практикант

(подпись)

(телефон, E-mail)

« _____ » _____ 20 ____ г.

Приложение 4

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– научно-исследовательскую работу 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-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты; 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> - методологию научных исследований в маркетинге; - принципы и методы формирования маркетинговых стратегий, включая анализ рынка, сегментацию, позиционирование и выбор целевой аудитории; - различные элементы комплекса маркетинга (4Р: продукт, цена, место, продвижение) и их взаимосвязи; - способы анализа операционных и финансовых показателей, такие как KPI, ROI, анализ затрат и выгод. <i>Уметь:</i> - критически анализировать научные публикации, разрабатывать концепцию исследования и применять методы статистического анализа для обработки данных; - создавать комплексные маркетинговые планы, включающие определение целей, выбор инструментов и методов их реализации; - собирать и интерпретировать данные о результатах маркетинговых кампаний и логистических процессов для принятия обоснованных решений; - адаптировать и модифицировать маркетинговые программы на основе анализа полученных результатов и изменений в рыночной среде. <i>Владеть:</i> - навыками критического анализа научных публикаций, разработки концепции исследования и применения методов статистического анализа для обработки данных; - навыками использования современных цифровых

	инструментов и платформ; - методами планирования, организации и контроля выполнения маркетинговых и логистических проектов; - современными аналитическими инструментами для оценки эффективности маркетинговых программ и логистических процессов. <i>Должен приобрести опыт:</i> - самостоятельных научных исследований в сфере профессиональной деятельности, критической оценки проводимых научных исследований; - разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; - осуществления контроля операционных и финансовых показателей эффективности деятельности организации (включая логистическую).
--	--

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 6

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

по производственной практике- научно-исследовательской
работе

Студент(ка)

группы

Ф.И.О. студента (ки)

направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиля программы Управление маркетингом

успешно прошел (ла) производственную прак-

тику– научно-

исследовательскую работу

в объеме

зачётных
единиц

академических часов

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

По результатам прохождения производственной практики -
НИР студент (ка)

показал(а) следующий уровень сформированных компетенций:

Код и наименование компетенции	Уровни освоения компетенций			
	Высокий	Базовый	Минимальный	Не освоена
ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты				
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 - научно-исследовательской работы выполнена с оценкой _____, уровень сформированных компетенций соответствует / не соответствует требованиям рабочей программы практики.

Руководитель практики от университета

Подпись

(Ф.И.О.)