АННОТАЦИЯ

производственной практики

«ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА» (Б2.П.4)

Направление подготовки –38.04.02. «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Магистерская программа – «Маркетинг»

**1. Вид практики, тип и способы ее проведения**

Вид практики – производственная практика

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения практики:

стационарная;

выездная.

**2. Перечень планируемых результатов прохождения практики**

Прохождение преддипломной практики направлено на формирование следующих компетенций: ОК-3, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9.

В результате прохождения практики обучающийся должен

ЗНАТЬ

основные результаты новейших исследований по проблемам управления маркетингом;

модели поведения экономических агентов;

основные понятия, методы и инструменты качественного и количественного анализа процессов управления маркетингом.

УМЕТЬ

осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;

выявлять перспективные направления научных исследований в области маркетинга;

обосновывать значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;

проводить моделирование управления бизнес-процессами в менеджменте.

ВЛАДЕТЬ

методологией и методикой проведения научных исследований;

навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;

информационными технологиями и нормативно-правовой базой в сфере управления.

**4. Содержание практики**

Для очной и заочной форм обучения:

Составление индивидуального плана работ

Выполнение программы практики

Подготовка отчета по практике

Подготовка к защите отчета по практике

**5. Объем практики.**

Для очной и заочной форм обучения:

Объем практики– 15 зачетных единиц (540 час.).

Форма контроля знаний - Экзамен