АННОТАЦИЯ

производственной практики

«ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПРАКТИКА» (Б2.П.3)

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 – производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая).

Способ проведения практики:

стационарная;

выездная.

**2. Перечень планируемых результатов прохождения практики**

Прохождение производственной практики направлено на формирование следующих компетенций: ОК-2, ОПК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-6, ПК-7.

В результате прохождения практики обучающийся должен

ЗНАТЬ:

современные методы управления маркетингом для решения стратегических задач;

методы выполнения научно-исследовательской работы и методы оформления ее результатов.

УМЕТЬ:

формулировать научную проблему, проводить обзор и сравнение методов ее решения;

оценивать состояние маркетинговой деятельности организации;

разрабатывать конкурентную стратегию предприятия;

организовывать исследование и анализ маркетинговой информации с выходом на практические рекомендации, имеющие реальный экономический эффект.

ВЛАДЕТЬ:

навыками сбора и обработки необходимых данных;

навыками анализа и интерпретации информации, содержащейся в различных отечественных и зарубежных источниках;

навыками разработки аналитических решений в области управления маркетингом;

методами грамотного оформления отчета по результатам проведенных научных исследований.

**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 – 9 зачетных единиц (324 час.).

Форма контроля знаний - Экзамен