

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Беспалов Владимир Александрович
Должность: Ректор МИЭТ
Дата подписания: 01.09.2023 16:05:49
Уникальный программный ключ:
ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f8bea882b8d602

Аннотация рабочей программы практики

Вид практики: учебная

Тип практики — ознакомительная

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования – бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи практики

Целью практики является формирование универсальных подкомпетенций УК-3.УчПр «Способен работать в профессиональном коллективе над выполнением производственных заданий», УК-4.УчПр «Способен к деловому общению в профессиональной среде в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации» и профессиональной подкомпетенции ПК-8.УчПр «Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования на практике».

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- собрать первичную информацию о результатах деятельности предприятия, используя изученные методы;
- подготовить задание на маркетинговое исследование с учетом предварительно разработанных требований к его содержанию.

2. Место практики в структуре ОП

Практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 2 «Практика» образовательной программы и направлена на практическую апробацию знаний студентов, полученных в процессе освоения дисциплин ОП и формирование первичных умений и навыков в области маркетинга и управления проектами.

Входные требования к практике - знание экономики предприятия, форм экономических отношений, в том числе на международном рынке; умение определять экономические результаты деятельности предприятия, разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга для увеличения продаж; иметь опыт расчета и оценки основных экономических показателей в целях принятия обоснованных управленческих решений.

Выходные требования к практике – знание особенностей практической подготовки маркетинговых исследований; умение находить источники и применять методы сбора маркетинговой информации; опыт деятельности в подготовке задания на маркетинговое исследование и требований к нему.

3. Краткое содержание практики

Практика организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Разработчики:

Доцент, к.э.н., доцент Прима Я.Г.

Старший преподаватель Андрианова Н.А.