

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:

ef5a4fe6ed0ffdf7f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f8bea882b8d602

Аннотация рабочей программы практики

Вид практики: производственная

Тип практики — технологическая (проектно-технологическая)

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-1.ПрПр «Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход при решении практических задач», УК-6.ПрПр «Способен к саморазвитию и образованию при осуществлении практической деятельности» и профессиональной подкомпетенции ПК-8.ПрПр «Способен проводить маркетинговое исследование на практике и формировать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности и управления с учетом влияния факторов рынка».

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- осуществить поиск, сбор, обработку, анализ и синтез маркетинговой информации;
- выявить недостатки функционирования объекта, выбрать инструменты решения проблем и сформулировать рекомендации по совершенствованию рыночной деятельности и управления;
- систематизировать полученную информацию, результаты анализа и практические решения для использования при подготовке выпускной квалификационной работы.

2. Место практики в структуре ОП

Практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 2 «Практика» образовательной программы и направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами видами профессиональной деятельности, необходимыми для подготовки бакалавров.

Входные требования к практике - знание экономики предприятия, процессов проектного управления; 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 разработки и реализации проектов, принятия обоснованных управленческих решений по совершенствованию маркетинговой политики предприятия.

Выходные требования к практике – знание специфики обращения с маркетинговой информацией и способов её обработки; умение на практике проводить маркетинговое исследование, осуществлять анализ полученных результатов, формулировать выводы; опыт деятельности в выявлении проблемных областей и формировании рекомендаций по совершенствованию рыночной деятельности и управления.

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.