

**АННОТАЦИИ
РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН,
ПРОГРАММ ПРАКТИК**

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Профиль

«Маркетинг»

Квалификация

бакалавр

АННОТАЦИЯ

программы ознакомительной практики

Место практики в структуре ОПОП ВО: ознакомительная практика входит в Блок 2 «Практики», в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Цель ознакомительной практики – ознакомление студентов со своей будущей профессией, объектами, видами и характером профессиональной деятельности, требованиями к подготовке специалиста; с системой университетского образования и организацией учебного процесса; систематизация, углубление и закрепление теоретических и практических знаний студентов, полученных ими в процессе аудиторных занятий по выбранной специальности; развитие умений и навыков самостоятельной творческой деятельности и технологий работы со специальной литературой.

Задачи ознакомительной практики:

ознакомить студентов с основными положениями об организации высшего образования в Российской Федерации и Луганской Народной Республике;

ознакомить с историей создания и развития ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»;

ознакомить студентов со структурой и социально-культурной инфраструктурой университета, с деятельностью основных функциональных подразделений ЛГУ им. В. Даля;

ознакомить с организацией студенческого самоуправления в университете;

ознакомить студентов с особенностями организации учебной, научно-исследовательской, самостоятельной и воспитательной работы в ЛГУ им. В. Даля;

ознакомить с правилами пользования Научной библиотекой ЛГУ им. В. Даля имени А.Н. Коняева и сформировать умения и навыки пользования ее фондами;

предоставить студентам краткий обзор содержания образовательно-профессиональной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», ознакомить с квалификационными требованиями и основными видами, и содержанием деятельности менеджера, перечнем должностей, которые может занимать выпускник данного профессионального направления;

ознакомить студентов с деятельностью кафедры маркетинга, структурой, содержанием учебного плана подготовки бакалавров, последовательностью и взаимосвязью между дисциплинами;

определить виды, сроки, содержание и место практик в обеспечении основательных практических умений и навыков в подготовке бакалавров;

обеспечить усвоение студентами основных положений организации учебного процесса в университете в условиях ECTS; ознакомить с новейшими инновационными и компьютерными технологиями, методами

активизации обучения при проведении лекционных, семинарских занятий, практикумов, текущего и итогового контроля, государственной диагностики качества подготовки студентов;

определить место и роль специалиста по маркетингу в управлении предприятиями различных организационно-правовых форм и видов хозяйственной деятельности типов в современных условиях;

предоставить студентам возможности их профессионального самоопределения;

обеспечить формирование умений и навыков самостоятельной работы во время выполнения отчета по учебной практике.

Ознакомительная практика нацелена на формирование практических навыков:

универсальных (УК-1)

общепрофессиональных (ОПК-2)

профессиональных компетенций (ПК-1) выпускника.

Ознакомительная практика проводится на кафедре «Маркетинг» ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Продолжительность прохождения ознакомительной практики – 2 недели, трудоемкость составляет 3,0 зачетных единиц, 108 часа.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Вид контроля по практике: зачет.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете.

АННОТАЦИЯ

программы научно-исследовательской работы (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)

Место практики в структуре ОПОП ВО: научно-исследовательская работа входит в Блок 2 «Практики», в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Цель научно-исследовательской работы – закрепление и углубление теоретических знаний по базовым дисциплинам специальности, развитие способности самостоятельного осуществления научно-исследовательской работы, связанной с решением профессиональных задач.

Задачи научно-исследовательской работы:

формирование навыков научно-исследовательской работы в профессиональной области и на их основе углубленное и творческое освоение учебного материала;

освоение методологии организации и проведения научно-исследовательской работы;

формирование навыков сбора и анализа научных источников, обобщения и критической оценки результатов научно-теоретических исследований;

систематизация и углубление теоретических и практических знаний по профилю подготовки, формирование умения их применения при решении конкретных задач в соответствии с исследуемой темой;
совершенствование приемов самостоятельной работы (глубокое изучение литературы по разрабатываемой проблеме, раскрытие используемой системы категорий, анализ состояния по исследуемой проблеме, оценка ее решения в современных условиях);
формирование умения составления библиографии по теме проводимого исследования, приемов библиографического описания, знания основных библиографических источников и поисковых систем;
формирование навыков оформления и представления результатов научно-исследовательской работы в устной и письменной формах.

Научно-исследовательская работа нацелена на формирование практических навыков:

универсальных (УК-1)

общепрофессиональных (ОПК-2) выпускника.

Научно-исследовательская работа проводится на кафедре «Маркетинг» ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Продолжительность научно-исследовательской работы – 2 недели, трудоемкость составляет 3,0 зачетных единиц, 108 часа.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Вид контроля по практике: зачет.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете.

АННОТАЦИЯ программы технологической практики

Место практики в структуре ОПОП ВО: технологическая практика входит в Блок 2 «Практики», в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Цель технологической практики – закрепление и углубление теоретических знаний по маркетингу, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятия; приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности, применение знаний при решении конкретных задач в области маркетинговой деятельности.

Задачи технологической практики:

изучение сферы и основных направлений деятельности предприятия (организации), его организационно-правовой формы, структуры управления;
основных показателей коммерческо-хозяйственной деятельности предприятия (организации);

анализ конъюнктуры рынка предприятия (организации);
ознакомление с общими принципами организации и структурой управления на предприятии (организации);
рассмотрение принципов организации службы маркетинга, распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом на предприятии (организации);
характеристика осуществляемых маркетинговых функций;
исследование факторов макромаркетинговой среды предприятия (организации);
исследование элементов микромаркетинговой среды предприятия (организации);
анализ бизнес-процессов функционального подразделения (подразделений) маркетинга предприятия;
анализ ассортимента товаров (услуг), производимых (предоставляемых) предприятием (организацией);
характеристика предприятия (организации) как логистической системы;
приобретение профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных решений на примере конкретных ситуаций, возникающих на базе практики при выполнении ключевых маркетинговых функций;
сбор, обработка и обобщение первичной информации и материалов, необходимых для написания отчета о практике;
сбор информации, необходимой для подготовки отчета по практике, приобретение навыков по их обработке и анализу.

Технологическая практика нацелена на формирование практических навыков:

универсальных (УК-1)

общепрофессиональных (ОПК-2)

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2) выпускника.

Технологическая практика проводится в организациях, осуществляющих деятельность по профилю ОПОП ВО 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», на основании договора, заключаемого между ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» и профильной организацией.

Продолжительность прохождения технологической практики – 4 недели, трудоемкость составляет 6,0 зачетных единиц, 216 часов.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Вид контроля по практике: зачет с оценкой.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете.

АННОТАЦИЯ

программы проектно-технологической практики

Место практики в структуре ОПОП ВО: проектно-технологическая практика входит в Блок 2 «Практики», в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Цель проектно-технологической практики – закрепление и углубление теоретических знаний по маркетингу, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятия, расширение профессиональных навыков и компетенций обучающихся, в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Задачи проектно-технологической практики:

закрепление у студентов практических навыков решения маркетинговых задач;

овладение практическими навыками и передовыми методами управления маркетинговой деятельностью;

приобретение практического опыта работы по специальности путем выполнения должностных функциональных обязанностей специалиста по маркетингу;

сбор, обработка и анализ фактического материала, распорядительно-управленческой документации, необходимой для выполнения выпускной квалификационной работы;

апробация конкретных предложений по совершенствованию теоретических и практических аспектов управления в маркетинговых системах; способов, приемов и методик решения практических маркетинговых задач;

приобретение практического опыта работы с современными средствами информационных технологий;

овладение приемами и методами практического маркетинга, позволяющего обеспечить достижение предприятием поставленных целей;

осознание студентами необходимости совершенствования маркетинговой работы предприятия в условиях рыночной системы управления.

Проектно-технологическая практика нацелена на формирование практических навыков:

универсальных (УК-1)

общефессиональных (ОПК-2)

профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6) выпускника.

Проектно-технологическая практика проводится в организациях, осуществляющих деятельность по профилю ОПОП ВО 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», на основании договора, заключаемого между ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» и профильной организацией.

Продолжительность прохождения проектно-технологической практики – 4 недели, трудоемкость составляет 6,0 зачетных единиц, 216 часов.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Вид контроля по практике: зачет с оценкой.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете.