

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

Направление подготовки

38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа

«Маркетинг»

Квалификация

магистр

АННОТАЦИЯ

программы ознакомительной практики

Место научно-исследовательской работы в структуре ОПОП ВО: учебная (ознакомительная) практика входит в Блок 2 «Практики», в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг».

Цель учебной (ознакомительной) практики состоит в приобретении обучающимися практического опыта учебно-педагогической деятельности в процессе преподавания управленческих дисциплин в образовательном учреждении. Учебная (ознакомительная) практика призвана обеспечить тесную связь между теоретической и практической подготовкой обучающихся, обеспечить формирование теоретических знаний и приобретение практических навыков организации учебно-педагогической деятельности в целях формирования необходимых профессиональных компетенций.

Задачи учебной (ознакомительной) практики заключаются в:

- закреплении и расширении теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения в университете;
- формировании навыков самостоятельного проведения учебных занятий по управленческим дисциплинам;
- приобретении опыта педагогической работы и решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний в процессе преподавания управленческих дисциплин.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Маркетинг» учебной (ознакомительной) практики является одной из составляющих раздела основной образовательной программы магистратуры «Практики» и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Программа учебной (ознакомительной) практики Б2.О.01(У) связана с нормативными дисциплинами цикла профессиональной и практической подготовки. Проведение учебной (ознакомительной) практики осуществляется на основе системы знаний, умений, навыков и компетенций, сформированных в результате освоения содержания таких дисциплин как: «Современные методы управления», «Методология и методы научных исследований», «Эффективное лидерство и управление командой». Знания, полученные в ходе прохождения учебной (ознакомительной) практики, используют при изучении последующих дисциплин, а также для производственной практики.

Учебная (ознакомительной) практика способствует формированию универсальных и общепрофессиональных компетенций, соответствующих расчётно-экономической, аналитической, научно-исследовательской,

организационно-управленческой, учётной видам профессиональной деятельности обучающихся.

Нацелена на формирование:

универсальных УК-1 (УК-1.1, УК-1.2);

общефессиональных ОПК-3 (ОПК-3.1, ОПК-3.2); ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2);

Вид практики: учебная практика.

Тип практики: ознакомительная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения: стационарная (проводится на предприятиях, организациях любой организационно-правовой формы: в промышленности, торговле и других сферах деятельности; академических и научно-исследовательских организациях), в структурных подразделениях университета, выездная (по мотивированному заявлению обучающегося).

Форма проведения практики: дискретно (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики)

Обучающиеся проходят учебную практику в образовательной организации, которая обеспечивает реализацию выбранной ими магистерской программы. В период практики, обучающиеся подчиняются правилам внутреннего распорядка и требованиям техники безопасности, установленным соответствующими нормативно-правовыми актами.

Время проведения учебной (ознакомительной) практики магистров 1 курса предусмотрено проводится в 2 семестре, в соответствии с учебным планом программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг»

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете, в который входят: (титульный лист; дневник практики; содержание; введение; основная часть; заключение; список литературы).

Вид контроля – зачет.

Продолжительность: 4 недели, 216 часов (6 з.е.) для очной и заочной форм обучения.

АННОТАЦИЯ

программы научно-исследовательской работы

Место научно-исследовательской работы в структуре ОПОП ВО: научно-исследовательская работа входит в Блок 2 «Практики», в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг».

Цель научно-исследовательской работы – формирование у студентов универсальных и профессиональных компетенций и навыков научно-исследовательской и аналитической работы, необходимых для

проведения самостоятельного научного исследования, результатом которого является подготовка и успешная защита магистерской диссертации.

Задачи научно-исследовательской работы:

закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплин магистерской программы;

углубление знаний в области теории по выбранной научной теме магистерской диссертации;

выявление и формулирование актуальных научных проблем;

разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;

разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;

поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;

подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

Научно-исследовательская работа студентов магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг» проводится на кафедре «Маркетинг».

Научно-исследовательская работа студентов нацелена на формирование практических навыков:

универсальных (УК-1, УК-2) и

профессиональных компетенций (ПК-9) выпускника.

Виды научно-исследовательской работы:

выбор темы и разработка индивидуального плана научно-исследовательской работы магистранта;

формулирование актуальности, обоснование необходимости и востребованности научной проработки сформулированной темы исследования;

формулирование цели и задач магистерского исследования;

определение предмета и объекта НИР;

описание теоретической базы исследования;

разработка структуры магистерской диссертации;

составление библиографического списка по теме научно-исследовательской работы;

осуществление сбора и обработки информации по теме диссертационного исследования;

проведение анализа и систематизации научных исследований отечественных и зарубежных авторов, соответствующих тематике НИР;

формирование структуры первого раздела магистерской диссертации;

подготовка и обсуждение варианта первого раздела магистерской диссертации.

Результаты научно-исследовательской работы должны отражаться в апробации основных теоретических и практических исследований магистранта в форме подготовки и публикации тезисов выступлений на научно-практических конференциях, написания научных статей.

Результаты научно-исследовательской работы отражаются в отчете, в который входят:

анализ и систематизация научных исследований отечественных и зарубежных авторов, соответствующих тематике НИР. Выявление перспектив развития исследуемой области научных знаний. Формулировка элементов новизны в теории исследуемых процессов. Характеристика варианта первого раздела магистерской диссертации;

результаты разработки организационно-управленческого обеспечения решения задач научного исследования.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно

Вид контроля по НИР: зачет с оценкой.

Продолжительность НИР – 8 недель, трудоемкость составляет 12,0 зачетных единиц, 432 часа.

АННОТАЦИЯ

программы практики по профилю профессиональной деятельности

Место научно-исследовательской работы в структуре ОПОП ВО: практика по профилю профессиональной деятельности входит в Блок 2 «Практики», в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг».

Цель практики по профилю профессиональной деятельности – овладение магистрантами основными приемами ведения научно-исследовательской работы и формирование у них профессионального мировоззрения в области маркетинга в соответствии с избранной темой магистерской диссертации, сбор и обработка необходимой информации для подготовки магистерской диссертации.

Задачи практики по профилю профессиональной деятельности:

закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплин магистерской программы;

углубление знаний в области теории по выбранной научной теме магистерской диссертации;

выявление методологии теории как основы методических подходов к анализу и разрешению проблем и противоречий управления организацией;

определение степени разработки проблемы в работах отечественных и зарубежных авторов; определение цели, задач, структуры магистерской работы;

обоснование методов (в том числе – математических) и рабочей гипотезы исследования;

сбор и обобщение релевантной информации об объекте магистерской диссертации и отдельной функциональной области;

диагностика внутренней среды организации и выявление проблемных зон;

обоснование и разработка системы мер по совершенствованию деятельности организации в целом или ее отдельного структурного подразделения;

апробация основных теоретических и практических рекомендаций магистерской диссертации (в форме выступлений на конференциях, написания научных статей, рекомендаций в органы власти и управления и т.п.).

Практика по профилю профессиональной деятельности нацелена на формирование практических навыков:

общекультурных (УК-1, УК-3),

общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-3) и

профессиональных компетенций (ПК-4, ПК-5, ПК-8) выпускника.

Производственная практика проводится в организациях различных организационно-правовых форм (коммерческие, некоммерческие) и различных видов деятельности.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете, в который входят:

Обобщение методов научных исследований, соответствующих профилю будущей магистерской работы. Определение характера, объема и источников информации. Оценка целесообразности выбора направления исследования. Формулировка цели, задач, актуальности, практической значимости исследования. Разработка индивидуального задания, предполагающего подробное изучение и выявление проблем определенной функциональной зоны. Обобщение и систематизация научных исследований отечественных и зарубежных авторов, соответствующих тематике будущей магистерской работы. Формирование структуры первого раздела и выявление перспектив развития исследуемой области научных знаний. Формулирование элементов новизны в теории исследуемых процессов. Проработка нормативно-правовых актов, регламентирующих сферы деятельности, составляющие предмет научно-исследовательской практики. Уточнение источников, методов сбора и анализа необходимой информации об организации – базе практики.

Сбор и обработка информации о деятельности хозяйствующего субъекта, являющегося базой практики. Характеристика предприятия (организации), как самостоятельного хозяйствующего субъекта. Оценка деятельности предприятия (организации) на основе SWOT-анализа. Анализ организации маркетинга на предприятии (организации). Анализ маркетинговой товарной политики предприятия (организации). Анализ маркетинговой ценовой политики предприятия (организации). Анализ маркетинговой политики распределения предприятия (организации). Анализ маркетинговой коммуникационной политики предприятия (организации).

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Вид контроля по практике: зачет с оценкой.

Продолжительность прохождения производственной практики – 3 недели, трудоемкость составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

АННОТАЦИЯ **программы проектно-технологической практики**

Место практики в структуре ОПОП ВО: проектно-технологическая практика входит в Блок 2 «Практики», в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг».

Цель проектно-технологической практики – получение опыта практической реализации профессиональных компетенций и умений, результатов научных исследований по программе магистерской подготовки, сбора и обобщения материалов для подготовки магистерской диссертации.

Задачи проектно-технологической практики:

овладение профессиональными навыками работы и решения практических задач, связанных с приобретением студентами практических навыков по маркетинговому управлению организацией;

определение объекта и предмета исследования;

изучение нормативно-правовых документов, учебной, научной, периодической литературы по выявленной проблеме;

разработка детального плана магистерской диссертации;

исследование маркетинговой деятельности предприятия (организации), как самостоятельного хозяйствующего субъекта;

изучение особенностей функционирования системы организации в современных рыночных условиях;

выявление и формулирование актуальных проблем в маркетинговой деятельности предприятия (организации);

разработка программы научного исследования, направленного на решение выявленных проблем в работе предприятия (организации);

сбор, систематизация и анализ информации, необходимой для подготовки магистерской диссертации и отчета по практике.

обоснование и разработка системы мер по совершенствованию маркетинговой деятельности организации в целом или ее отдельного структурного подразделения;

апробация основных теоретических и практических рекомендаций магистерской диссертации (в форме выступлений на конференциях, написания научных статей, рекомендаций в органы власти и управления и т.п.).

Проектно-технологическая практика нацелена на формирование практических навыков:

универсальных (УК-1; УК-2) и

профессиональных компетенций (ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9) выпускника.

Проектно-технологическая практика проводится в организациях, осуществляющих деятельность по профилю ОПОП ВО 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг», на основании договора, заключаемого между ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» и профильной организацией.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете, в который входят:

Характеристика предприятия (организации), как самостоятельного хозяйствующего субъекта. Сегментирование рынка предприятия (организации). Исследование атрибутов торговой марки предприятия (организации) и перспективы её развития на рынке как бренда. Исследование маркетинговых решений в сфере товарной политики предприятия (организации). Исследование маркетинговых решений в сфере ценовой политики предприятия (организации). Исследование маркетинговых решений в сфере политики распределения предприятия (организации). Исследование маркетинговых решений в сфере коммуникационной политики предприятия (организации).

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Вид контроля по практике: зачет с оценкой.

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