МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

«Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Национальный исследовательский университет

Институт экономики и предпринимательства

Кафедра информационных технологий и инструментальных методов в экономике

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭП \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.О. Грудзинский

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА**

Направление подготовки:

***38.04.02 «Менеджмент»***

магистерская программа:

**«Маркетинг»**

Квалификация:

**магистр**

Форма обучения:

**очная, очно-заочная, заочная**

*(Продолжение см. на стр. 2)*

Нижний Новгород

2017

1. **Цель практики**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности: технологическая практика является продолжением учебного процесса и проводится с целью получения первичных профессиональных знаний по специальности и подготовке к выполнению выпускной квалификационной работы.

Практика дает возможность для проведения самооценки знаний и способностей и позволяет фокусировать внимание магистранта на проблемах, имеющихся на предприятии в области управления. На практике у магистров формируется умение проведения отраслевого анализа, оценки бизнеса, выявления практических проблем, стоящих перед компаниями и организациями, а также появляется возможность использования теоретических знаний в практической работе.

*Технологическая практика Б2.П.1. ставит своими целями:*

1. Закрепление и расширение практических умений и знаний магистрантов;
2. получение практических профессиональных знаний и навыков, опыта самостоятельной организационно -управленческой деятельности
3. формирование у студентов представления о сущности разных видов управленческой деятельности в условиях современной рыночной экономики, через применение и закрепление знаний, полученных в процессе теоретического обучения и приобретение практических навыков в сфере своей предметно-производственной специализации.

*Для этого должны быть решены следующие задачи:*

1. познакомиться с организацией (предприятием, учреждением), её производственной деятельностью, местом в конкурентной среде рыночной экономики и взаимодействием с этой средой;
2. изучить основные принципы построения и распределения управленческих функций на предприятии;
3. исследовать маркетинговую деятельность на предприятии;
4. изучить организацию финансового и денежного обращения на предприятии, непосредственно участвовать в работе бухгалтерии;
5. непосредственно участвовать в производственном процессе, в качестве стажёра (основного работника) на управленческих должностях;
6. приобрести профессиональные производственные умения и навыки, необходимые специалистам в области управления.

**2. Место практики в структуре образовательной программы**

Вид практики: **производственная**

Тип практики: **технологическая**

Способ проведения: **выездная**

Форма проведения: **концентрированная**

Общая трудоемкость практики составляет:

**3 зачетных единиц**

**108 часов**

**2 недели.**

Руководство технологической практикой возлагается на ответственного за данный вид практики. Назначение руководителя и распределение студентов по объектам практики оформляется приказом, каждый студент самостоятельно выбирает организацию – место прохождения практики перед выходом на практику получает предписание на практику.

В структуре образовательной программы технологическая практика относится к Блоку 2 -«Практики» обязательной части учебного плана, проводится для очной формы обучения на 2 курсе обучения, в 3 семестре, для очно-заочной и заочной – на 2 курсе в 3 семестре.

Практика базируется на сформированных за счет изучения следующих учебных дисциплин компетенциях:

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | Дисциплины |
| ОК-1, ОК-3 | Управленческая экономика  Научно-исследовательская работа |
| ОПК-2 | Теория организации и организационное поведение,  Деловой иностранный язык, Научно-исследовательский семинар |
| ОПК-3 | Методы исследования в менеджменте  Научно-исследовательская работа |
| ПК-7 | Управленческая экономика  Научно-исследовательский семинар  Научно-исследовательская работа |
| ПК-9 | Корпоративные финансы  Научно-исследовательский семинар  Современный интернет-маркетинг  Научно-исследовательская работа |

В результате освоения вышеперечисленных дисциплин магистрант:

***должен знать*** теоретические основы и закономерности функционирования компании; порядок организации маркетинговой деятельности на предприятии (в организации) с использованием современных цифровых технологий продвижения и сбыта;

***быть готовым*** к использованию основных и специальных методов экономического анализа; проведению маркетинговых исследований; использованию основных маркетинговых инструментов, включая цифровые технологии для совершенствования деятельности компании;

***владеть навыками*** самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные технологии; проведения анализа систем управления и выявления позитивных и негативных моментов, возможности совершенствования; выработки управленческих решений при разработке той или иной проблемы совершенствования управления маркетингом; оценки ожидаемых результатов при реализации мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия

*Завершение формирования компетенций, развиваемых в ходе технологической практики, происходит при написании отчета по практике.*

**3. Место и сроки проведения практики**

Технологическая практика проводится на предприятиях, с которыми у ННГУ заключен/заключается договор, в лабораториях и на кафедрах ННГУ. Оформлением договоров занимается отдел организации практик ИЭП ННГУ.

В соответствии с графиком учебного процесса, технологическая практика проводится в 3 семестре 2 года обучения (очная форма обучения), 3 семестре 2 года обучения (очно-заочная и заочная формы обучения).

**4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики**

Практика направлена на формирование компетенций и результатов обучения, представленных в таблице:

| **Формируемые компетенции с указанием кода компетенции** | **Планируемые результаты обучения при прохождении практики** |
| --- | --- |
| ОК-1 – способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу | -**знать** методы анализа и синтеза;  **-уметь** использовать методы анализа и синтеза при решении практических задач;  **-владеть** навыками абстрактного мышления, анализа, синтеза |
| ОК-3 – готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала | **- знать** основные положения по саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;  **-уметь** использовать творческий потенциал, обладать готовностью к саморазвитию, самореализации;  **-владеть** навыками к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала |
| ОПК-2 – готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | -**знать**  основные правила управления коллективом;  социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, особенности отдельных групп населения;  **-уметь** руководить коллективом |
| ОПК-3 – способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования | **-уметь** проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;  **-владеть** навыками обосновывания актуальности и практическую значимости избранной темы научного исследования, проведения исследования |
| ПК-7 – способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада | -**знать** требования к оформлению научного отчета;  **-уметь** представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета;  **-владеть** навыками оформления научного отчета |
| ПК-9 – способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой | **-уметь** проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;  **-владеть** навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой |

**5. Содержание практики**

**Технологическая карта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **п/п** | **Этап** | **Содержание этапа** | **Трудоемкость** |
| 1 | Организационный | * проведение организационного собрания сотрудником отдела практики ИЭП и руководителем практики от ННГУ (от выпускающей кафедры), * проведение инструктажа руководителем практики от ННГУ; * выбор предприятия-базы практики осуществляется студентом и согласуется с руководителем практики от кафедры; заключается соответствующий договор, если он не был заключен ранее; * обеспечение доступа к настоящей рабочей программе дисциплины «Программа практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности: технологическая практика», в том числе ознакомление: * с бланком индивидуального задания на практику; * с целями практики, с требованиямии по оформлению отчета по практике * самостоятельное изучение магистрантом: * программы практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности: технологическая практика магистерской образовательной программы «Маркетинг»; * Программы технологической практики из [7.1.1] * составление черновика задания на практику. | 3 часа |
| 2 | Подготовительный | * формулирование совместно с руководителем практики плана исследования и окончательного варианта индивидуального задания на практику с использованием методического материала [7.1.1] * согласование подлежащих выполнению работ с руководителем от базы практики; * подготовка двух экземпляров окончательного варианта индивидуального задания на рактику, согласование задания с руководителем практики, передача ему одного экземпляра задания. | 3 часа |
| 3 | Основной | - описание теоретических положений из материалов для прохождения технологической практики кафедры МГУ  - формирование плана исследования;  -изучение нормативно-правовых актов, связанных с деятельностью компании - места прохождения практики;  - сбор и анализ данных для исследования внутренней среды предприятия (в первую очередь маркетинговой деятельности и ключевых показателей эффективности, бизнес-стратегий и функциональных стратегий)  - проведение анализа внешней среды компании:   1. Исследование рынка 2. Описание конкурентной ситуации на рынке, характеристика основных конкурентов   - формулировка актуальных проблем предприятия в маркетинговой сфере  - разработка проектных решений для повышения эффективности маркетинговой деятельности  - оценка эффективности предложенных проектных решений | 100 часов |
| 4 | Заключительный | - защита отчета по практике | 2 часа |
|  | **ИТОГО:** |  | 108/2 недели |

программа практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности:

**6. Форма отчетности**

По итогам прохождения технологической практики обучающийся представляет руководителю практики отчетную документацию, включающую письменный отчет и заполненное на базе практике предписание.

Формой аттестации по практике является зачет с оценкой, который выставляется по результатам проверки отчетной документации и защиты отчета.

***Требования к содержанию отчета обучающегося*:**

Отчет о прохождении практики должен включать в себя следующие элементы:

1.Титульный лист.

2. Содержание (оглавление) с указанием начальной страницы каждого структурного элемента.

3. Разделы отчета.

4. Приложения.

**7. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

**7.1 Основная учебная литература**

7.1.1. Методические указания по прохождению практики студентами всех форм обучения по программе магистратуры «Управление развитием бизнеса» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент». Составители: Кулагова И.А., Нестерова Т.А., Коробова Ю.С. Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2017. – 70 с. [Элекnронный реурс]

7.1.2. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография/Смирнов К. А., Никитина Т. Е., Смирнов К. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 166 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-005497-1. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=535381>

7.1.2 Маркетинг для магистров: Учебник/Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0419-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=501125>

7.1.3. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : Практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 216 с. - ISBN 978-5-394-01089-7 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511985

**7.2 Дополнительная учебная, научная и методическая литература**

7.2.1 Стратегический маркетинг: Учебник / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 272 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-009232-4. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=428247>

7.2.2 Анализ деятельности конкурентов: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 267 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-010215-3- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=477361>

7.2.3 Портных, В. В. Стратегия бизнеса [Электронный ресурс] / В. В. Портных. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 276 с. - ISBN 978-5-394-01961-6. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?item=bookinfo&book=430630>

7.2.4. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации: Учебное пособие / В.И. Грушенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006721-6. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405546>

7.2.5. Балыбердин, В. А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента [Электронный ресурс] / В. А. Балыбердин, А. М. Белевцев, Г. П. Бендерский. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 240 с. - ISBN 978-5-394-02361-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512572>

7.2.6. Журнал «Секрет фирмы», http://www.sf-online.ru

7.2.7. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», http://dis.ru/manag

7.2.8. Журнал «Top-Manager», http://www.top-manager.ru

7.2.9. Журнал «Директор-Инфо», http://www.director-info.ru

7.2.10. Журнал «Реальный бизнес», http://www.real-business.ru

**7.3 Электронные образовательные ресурсы (*Интернет-ресурсы)***

7.3.1 http://www.marketing.rbc.ru Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов, в помощь маркетологу – бесплатные шаблоны для проведения исследований, новости

7.3.2 http://www.dis.ru Издательская группа «Дело и сервис» - маркетинг, менеджмент, бухучет

7.3.3 [http://www.infostat.ru](http://www.infostat.ru/) Информационно-издательский центр «Статистика России».

7.3.4. [http://www.raexpert.ru](http://www.raexpert.ru/) Рейтинги. Обзоры. Исследования. Конференции. – Эксперт РА

7.3.5. [http://www.bkg.ru](http://www.bkg.ru/) Раздел «Статьи» общетеоретические по маркетингу и брендингу и практические по организации продаж, ведению переговоров и др.

7.3.6. [http://www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru/) Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу

7.3.7. [http://www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru/) Энциклопедия маркетинга. Представлены публикации по вопросам маркетинга: брендинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.; примеры маркетинговых исследований

7.3.8. [http://www.sostav.ru](http://www.sostav.ru/) Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR», включает информацию об участниках рынка маркетинговых услуг, аналитическую информацию по рынкам товаров и услуг, информацию о выставках, конференциях и др

7.3.9. http://www.btl.ru Сайт Российской ассоциации стимулирования сбыта, включает статьи, интервью специалистов по вопросам BTL – коммуникаций

7.3.10 [http://www.marketing-mix.ru](http://www.marketing-mix.ru/) Материалы по теоретическим и практическим вопросам маркетинга

7.3.11. http://www.4p.ru Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др

7.3.12. [http://e-library.ru](http://e-library.ru/) Научная электронная библиотека

7.3.13 [http://www.expert.ru](http://www.expert.ru/) Журнал «Эксперт»

7.3.14 [http://www.rsl.ru](http://www.rsl.ru/) Российская государственная библиотека

7.3.15. [http://www.ecsocman.hse.ru](http://www.ecsocman.hse.ru/) Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент

**8. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики**

Магистранты при проведении исследований в ходе технологической практики используют информационные аналитические и CRM системы, установленные на предприятиях-базах практики. Для написания отчета используется MSOffice. Для поиска теоретического материала по теме ВКР может быть использована Электронно-библиотечная система Znanium.com, для анализа нормативной базы ВКР - Справочные правовые системы «Гарант», «Консультант», «Кодекс»

**9. Материально-техническое обеспечение практики**

Для проведения организационного и заключительного этапов практики требуется аудитория, оснащенная компьютерной техникой и проектором.

**10. Оценочные средства и методики их применения**

По окончании технологической практики студенты защищают отчеты по практике в соответствии с графиком защиты. Формальным основанием для допуска студента к сдаче дифференцированного зачета по преддипломной практике является представление полностью оформленного отчета и предписания. Прием отчетов о практике проходит, как правило, в течение семи календарных дней после окончания практики

Магистранту, не выполнившему программу практики, получившему отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку за отчет, практика не засчитывается.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование оценочного средства | Шкала оценивания |
| Отчет по установленной в программе практики форме | «Отлично» — содержание и оформление отчета о преддипломной практике полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы по программе практики полные и точные.  **необходимые компетенции сформированы полностью**  «Хорошо» — при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы допущены незначительные неточности  **необходимые компетенции сформированы, степень сформированности компетенций средняя**  «Удовлетворительно» — при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии нескольких замечаний по содержанию и формам отчета, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы допущены неточности  **необходимые компетенции сформированы, но степень сформированности компетенций низкая**  «Неудовлетворительно» (незачет) - не выполнена программа практики, отчет не предоставлен или предоставлен, но содержит значительные ошибки  **необходимые компетенции не сформированы** |

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению «Менеджмент».

**СОСТАВИТЕЛИ**:

доцент каф. Информационных технологий и инструментальных методов в экономике

Абросимова А.А.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

доцент каф. Информационных технологий и инструментальных методов в экономике

Шерегов Н.А.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись)

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.В. Трифонов

Программа одобрена на заседании методической комиссии института экономики и предпринимательства от 28 августа 2017 года, протокол № 1.