

# ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

## 1. Цели проведения практики

Формирование профессиональной компетенции студентов через применение полученных теоретических знаний в решении конкретных производственных задач.

## 2. Место практики в структуре ОПОП

Для прохождения практики «Преддипломная практика» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений», «Анализ поведения потребителей», «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Логистика», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация продаж», «Организация связей с общественностью», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Реклама», «Стратегический маркетинг», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга», прохождения практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков».

## 3. Требования к результатам прохождения практики

В результате прохождения практики выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

**В результате прохождения практики обучающийся должен:**

### ***знать***

- ключевые характеристики рынка и современной среды организации;
- основные понятия комплекса маркетинга;
- основные формы внутренней отчетности организации;
- основные понятия комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- основные показатели конкурентоспособности и эффективности деятельности компании;
- модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив;

### ***уметь***

- эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию;
- формулировать комплекс маркетинга;
- осуществлять выбор методов стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия;
- формулировать комплекс маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- сопоставлять и сравнивать эффективность применения на практике отдельных методов, моделей и инструментов;
- использовать модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия;

### ***владеть***

- навыками анализа внешней и внутренней среды организации;
- навыками формулирования комплекса маркетинга;
- навыками разработки предложений по повышению конкурентоспособности компании;

- навыками формулирования комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
- навыками использования моделей и инструментов формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия.

#### **4. Объём и продолжительность практики**

количество зачётных единиц – 6,  
общая продолжительность практики – 4 нед.,  
распределение по семестрам – 5 курс, лето.

#### **5. Краткое содержание практики**

Подготовительный этап, включающий установочную конференцию.  
Участие в установочной конференции по преддипломной практике. Собеседование;  
определение индивидуального задания в соответствии с дневником практики.

Комплексное изучение деятельности предприятия.  
Знакомство с предприятием. Изучение документов предприятия, бизнес-процессов предприятия; макро- и микроокружения предприятия; деятельности и проблем предприятия в соответствии с темой выпускной квалификационной работы; описание направлений развития предприятия. Формулирование комплекса маркетинга для конкретного предприятия.

Сбор материалов, оформление и презентация отчета о преддипломной практике.  
Первичная обработка полученной информации; анализ полученной информации;  
составление рекомендаций по совершенствованию работы предприятия; разработка направлений развития предприятия. Оформление дневника преддипломной практики.

#### **6. Разработчик**

Наумова Елена юрьевна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ»,  
Файзулин Евгений Фаридович, ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».