

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА:  
ПРЕДДИПЛОМНАЯ**

Направление подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность: «Маркетинговое управление организациями»

Квалификация выпускника: магистр

Кострома  
2021

Программа производственной (преддипломной) практики разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 952)

Разработал: Гуляева Мария Константиновна, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга КГУ,  
к.э.н., доцент

Рецензенты: Творогова И.Н., к.э.н., генеральный директор ООО «Каскад МИА»  
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям ПАО  
«ВымпелКом» (бренд билайн)

#### ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол № 3 от 16 ноября 2021 г.

#### ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

#### ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## 1. Цели и задачи практики

Производственная (преддипломная) практика является составной частью основной образовательной программы подготовки магистра по направлению «Менеджмент» направленности «Маркетинговое управление организациями». Практика является связующим звеном между теоретическим обучением будущих управленцев и их самостоятельной практической работой в организациях различного типа.

### Цель практики

1. Получение навыков решения конкретных практических задач путем непосредственного участия магистранта в деятельности исследуемой организации, а также приобретение опыта профессиональной деятельности.

2. Обработка собранных материалов по теме магистерской диссертации и обобщение основных результатов, завершение работы над диссертацией.

3. Составление автореферата магистерской диссертации.

**Задачи практики** (в соответствии с видами профессиональной деятельности магистров):

1. В области аналитической деятельности:

- систематизация и аналитическая интерпретация информации об организации (организационной, производственной и кадровой структуре, экономических и социальных аспектов деятельности)

- работа над проблемой по теме магистерской диссертации;

- сбор, систематизация и обработка информации по теме исследования;

- анализ результатов исследования.

2. В области исследовательской деятельности:

- доработка методов и инструментов, необходимых для проведения исследования и анализа его результатов;

- подготовка отчетов и публикаций, отражающих основные результаты исследования.

- написание автореферата магистерской диссертации

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

**Практика проводится в форме практической подготовки.**

**Вид практики:** преддипломная.

**Форма проведения:** стационарная или выездная.

**Вид деятельности, на который ориентирована практика:** организационно-управленческая, аналитическая.

## 2. Планируемые результаты прохождения практики

В результате прохождения практики обучающийся должен:

**знать:**

- основы проведения самостоятельного исследования в соответствии с разработанной программой;

- основы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования;

- методы и специальные приемы проведения аналитических процедур для проведения прикладных исследований управления бизнес-процессами;

- методы и специальные приемы проведения аналитических процедур для проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

- основы предоставления результатов научной работы.

**уметь:**

- проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;
- использовать современные методы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования;
- на практике использовать различные способы и приемы количественного и качественного анализа в целях управления бизнес-процессами;
- на практике использовать различные методы и специальные приемы проведения аналитических процедур для проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- представить результаты исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;

**владеть:**

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- основными методами построения экономических моделей и основами теоретического исследования управления бизнес-процессами;
- методами проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- навыками подготовки и презентации аналитического отчета, организации личной работы и самопрезентации.

**освоить компетенции:**

**ОПК-5.** Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты

**Индикаторы компетенции:**

ИК.ОПК-5.1. Демонстрирует знание процессов организации проведения современных научных исследований
ИК.ОПК-5.2. Владеет навыками публичных выступлений и презентаций по тематике научного исследования
ИК.ОПК-5.3. Обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях

**ПК-1.** Способен использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса маркетинга организации

**Индикаторы компетенции:**

ИК.ПК-1.1. Демонстрирует знание процессов стратегического и маркетингового управления организацией
ИК.ПК-1.2. Владеет методами маркетинговых исследований, стратегического и маркетингового анализа для определения направлений развития организации
ИК.ПК-1.3. Разрабатывает маркетинговую стратегию организации
ИК.ПК-1.4. Планирует, организует и осуществляет контроль маркетинговой деятельности организации
ИК.ПК-1.5. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления для всех элементов комплекса маркетинга

### 3. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОП

Производственная (преддипломная) практика находится в учебном плане в блоке Б2 Практики. Практика относится к вариативной части учебного плана. Практика проводится в 5 семестре обучения и является завершающим этапом подготовки магистра.

Прохождение практики основывается на ранее освоенных дисциплинах:

Методология научных исследований, Маркетинг-менеджмент, Стратегическое управление, Стратегический маркетинг, Риск-менеджмент, Управление результативностью бизнеса, Финансовая диагностика и оценка перспектив развития организации, Управление изменениями, Бизнес-моделирование, Маркетинговое управление бизнес-процессами, Маркетинговое планирование и аудит, учебная практика и производственная практика.

Прохождение практики является основой для подготовки и защиты выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Трудоемкость практики составляет 8 недель, 12 зачетных единиц (432 ч).

### 4. База проведения практики

Объектами прохождения практики могут выступать: предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства, некоммерческие организации и объединения, органы государственного и муниципального управления, а также предпринимательские структуры, деятельность которых связана с будущей профессиональной деятельностью выпускника и/или соответствует выполнению отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью выпускника.

Магистр имеет возможность выбора объекта практики по своему желанию, с учетом своих интересов и темы магистерской диссертации. В подразделениях, где проходит практика, студентам выделяются рабочие места для выполнения индивидуальных заданий по программе практики.

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

### 5. Структура и содержание производственной (преддипломной) практики

Введение

Основная часть

1. Характеристика организации и рынка, на котором она работает
2. Работа над проблемой по теме магистерской диссертации

Заключение

Список использованных источников

Приложения

№ п/п	Этапы прохождения практики	Содержание работ на практике	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап	Изучение программы практики и получение методических материалов, инструктаж	Оформление дневника
2.	Основной этап	Проектирование организационно-управленческих, инновационных (технических, технологических, методических и других) мероприятий, направленных на решение текущих и стратегических задач управления	Оформление дневника

		<p>предприятием по возможному примерному плану:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- актуальность;</li> <li>- технологическое описание сути мероприятий;</li> <li>- составление сметы затрат на внедрение мероприятий с указанием источников инвестирования;</li> <li>- определение источников экономического или иного эффекта от внедрения мероприятий;</li> <li>- расчёт показателей экономической эффективности и окупаемости предлагаемых мероприятий (с учётом факторов времени, риска, неопределенностей и др.)</li> </ul> <p>Проведение активных поисковых исследований: социологический опрос, наблюдение, моделирование, эксперимент, анкетирование и другие методы</p> <p>Поиск методик расчёта и (или) обоснования отдельных показателей и индикаторов в соответствии с темой исследования</p> <p>Разработка и/или использование методических и методологических подходов при решении аналогичных (схожих) научных проблем.</p>	
3.	Завершающий этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовка материалов для отчета по практике</li> <li>2. Оформление отчетных документов по практике</li> <li>3. Сдача отчетных документов по практике и защита отчета</li> </ol>	Защита отчета

### **6. Методические материалы для обучающихся по прохождению практики**

Отчет о практике – основной документ, характеризующий работу студента во время практики. Объем отчета – не менее 20 страниц.

Отчет должен быть оформлен, полностью завершен и сдан на кафедру к моменту окончания практики.

Основой отчета являются самостоятельно выполняемые работы магистрантом в соответствии с программой практики.

*Во введении* формулируются цели и задачи производственной (преддипломной) практики, которые автор ставит и решает в ходе прохождения практики и отражает в отчете

*Основная текстовая часть.* В разделе должна содержаться:

- систематизированная и аналитически интерпретированная информации об организации (организационной, производственной и кадровой структуре, экономических и социальных аспектов деятельности). Сделаны выводы и определены «узкие места» для которых необходимы управленческие действия по их устранению.

- Работа над проблемой по теме магистерской диссертации

Проектирование организационно-управленческих, инновационных (технических, технологических, методических и других) мероприятий, направленных на решение текущих и стратегических задач управления предприятием по возможному примерному плану:

- актуальность;
- технологическое описание сути мероприятий;
- составление сметы затрат на внедрение мероприятий с указанием источников инвестирования;

- определение источников экономического и/или иного эффекта от внедрения мероприятий;

- расчёт показателей экономической эффективности и окупаемости предлагаемых мероприятий (с учётом факторов времени, риска, неопределённостей и др.)

Проведение активных поисковых исследований: социологический опрос, наблюдение, моделирование, эксперимент, анкетирование и другие методы

Поиск методик расчёта и (или) обоснования отдельных показателей и индикаторов в соответствии с темой исследования

Разработка и / или использование методических и методологических подходов при решении аналогичных (схожих) научных проблем.

Рекомендации и предложения, разработанные магистрантом, для устранения выявленных в организации проблем и т.п.

*В заключение* отчета приводятся краткие выводы о результатах практики, предлагаются рекомендации по улучшению эффективности деятельности организации.

Указывается список публикаций магистранта, в которых апробированы результаты работы над магистерской диссертацией.

Изложение в отчете должно быть сжатым, ясным и сопровождаться цифровыми данными, схемами, графиками и диаграммами. Цифровой материал необходимо оформлять в виде таблиц.

Изложение материалов в отчете должно быть последовательно, лаконично, логически связано.

Данные материалы, оформленные в печатном виде, сдаются научному руководителю магистранта не позже, чем за 3 дня до окончания практики. Оценка результатов работы студента при прохождении производственной (преддипломной) практики пятого семестра имеет вид дифференцированной оценки. Оценка по практике заносится в зачетную ведомость и зачетную книжку магистранта.

Итогом преддипломной практики должен быть подготовленный текст магистерской диссертации и текст автореферата.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения практики**

### **а) основная**

1. Горелов С.В. Основы научных исследований: Учебное пособие / С.В. Горелов, В.П. Горелов, Е.А. Григорьев; под. ред. В.П. Горелова. – 2-е изд. стер. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 533 с.

2. Гуляева М.К. Управление маркетингом: вводный курс: учебное пособие. - Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2011. — 176 с. (23 экз.)

3. Исследование систем управления: учебник / Фомичев А.Н., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 348 с.: ISBN 978-5-394-02324-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415195>

4. Менеджмент: магистерская диссертация: Учеб. Пособие. / Под ред. д-ра экон.наук, проф. С.Д. Резника. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 240 с.

5. Потребительский спрос в постиндустриальной экономике (теория и практика): Учебное пособие/Степанова Т. Е., Рыбалкина О. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-009045-0 <http://znanium.com/catalog/product/520183>

6. Правила оформления текстовых документов : руководящий документ по оформлению рефератов, отчетов о лабораторных работах, практиках, пояснительных

записок к курсовым проектам и выпускным квалификационным работам / А. В. Басова, С.В. Боженко, Т. Н. Вахнина, И. Б. Горланова, И.А. Делекторская, А. А. Титунин, О. В. Тройченко, С. А. Угрюмов, С. Г. Шарабарина ; под общ. ред. О. В. Тройченко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2017. – 47 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [pravila\\_oformleniya\\_tekstovykh\\_dokumentov\\_kgu\\_2017.pdf8](http://pravila_oformleniya_tekstovykh_dokumentov_kgu_2017.pdf8).

7. Родионова, Н. В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль I [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" / Родионова Н.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 415 с. - ISBN 978-5-238-02275-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=884157>

8. Стратегическое управление : учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов и др. ; под ред. И.К. Ларионова. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 235 с. - (Учебные издания для магистров). - ISBN 978-5-394-02191-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221293>

9. Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров / Карпова С.В., Тюрин Д.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 366 с. ISBN 978-5-394-02790-1 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937261>

10. Управление маркетингом: учебное пособие / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

#### ***б) дополнительная литература***

1. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/1450](http://www.dx.doi.org/10.12737/1450). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=915555>

2. Бабаев Б.Д. Как подготовить и успешно защитить диссертацию по экономическим наукам. Научно-методическое пособие/ Б.Д. Бабаев-М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К», 2011. - 348с.

3. Баранов В.В., Зайцев А.В., Соколов С.Н. Исследование систем управления: Учебное пособие. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 213 с.

4. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9 <http://znanium.com/catalog/product/416049>

5. Герасимов, Б. И. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Герасимов Б. И., Дробышева В. В., Злобина Н. В., Нижегородов Е. В., Терехова Г. И. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-00091-085-6. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509723>

6. Игрунова, О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг : учебное издание / О.М. Игрунова. - 2-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - Ч. 1. - 102 с. : табл., ил. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772>

7. Информационные технологии в менеджменте: Учебное пособие / В.И. Карпузова, Э.Н. Скрипченко, К.В. Чернышева, Н.В. Карпузова. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 301 с.: <http://znanium.com/catalog/product/410374>

8. Кравцова, Е. Д. Логика и методология научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Д. Кравцова, А. Н. Городищева. – Красноярск : Сиб. федер. унт, 2014. – 168 с. - ISBN 978-5-7638-2946-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=507377>

9. Кузнецов И. Н. Основы научных исследований. Учебное пособие. Для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, соискателей. М.: Дашков и Ко,

2013. – 283 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114174&sr=1> – ЭБС УБ

10. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

11. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 343 с.

12. Управление проектами организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 244 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=914487>

13. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учебное пособие/ В.А. Шаповалов. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 345 с. - (Высшее образование).

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики**

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»

2. ЭБС «Znanium»

Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»):

- [www.ksu.edu.ru](http://www.ksu.edu.ru) – Официальный сайт Костромского государственного университета
- [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - Справочная правовая система «Консультант Плюс»
- [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Справочная правовая система «Гарант»
- <http://menegerbook.net/> Электронная библиотека книг по менеджменту;
- <http://infomanagement.ru/> Электронная библиотека книг и статей по менеджменту
- <http://www.cfin.ru/> Сайт «Корпоративный менеджмент»
- <http://www.mevriz.ru/> Сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»
- <http://sovman.ru/ru/allnumbers.html> Современные технологии управления. Научный журнал
- <http://www.aup.ru/> Административно-управленческий портал
- <http://ecsocman.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
- <http://www.marketologi.ru> – сайт гильдии маркетологов России
- <http://www.gfk.ru/> - Институт маркетинговых исследований ГФК-Русь, представлены результаты некоторых исследований
- <http://www.ime-link.ru/> - раздел публикаций на сайте «Открытая школа бизнеса»

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике**

Для успешного прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности необходимо наличие компьютерной техники, имеющей выход в Интернет, и оснащенной современным программным обеспечением (офисный пакет), позволяющим обрабатывать количественную и качественную информацию, документы предприятий и организаций, в которых магистранты проходят практику. Специальное программное обеспечение не требуется.

Для установочной и итоговой конференций по организации преддипломной практики необходимы учебные аудитории, оснащенные учебной мебелью и доской (меловой, флипчатом), комплект мультимедиа-оборудования.

Для организации самостоятельной работы при прохождении научно-исследовательской практики имеются 4 компьютерных класса (ауд. 5, 6, 7, 16 корп. В1, ул. 1 Мая, 14-а), читальный зал и электронный читальный зал (корп. Б1, ул. 1 Мая, 14, ауд. 201 и 202).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра \_\_\_\_\_

Институт \_\_\_\_\_

## ОТЧЕТ

о прохождении практики \_\_\_\_\_  
(вид, тип практики)

обучающийся \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

группа \_\_\_\_\_

направление \_\_\_\_\_

подготовки/специальность \_\_\_\_\_

направленность/специализация \_\_\_\_\_

уровень образования \_\_\_\_\_  
(бакалавриат, магистратура, специалитет)

форма обучения \_\_\_\_\_  
(очно, заочно, очно-заочно)

Результат промежуточной аттестации по практике \_\_\_\_\_

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
подпись ФИО