

Групповая проектная работа

Аннотация:

Групповая проектная работа направлена на развитие навыков командной работы, улучшение основополагающих навыков и наблюдательности каждого участника, которые соответствуют целям образования, создание и развитие новых знаний и опыта в коллективной сфере, а также применение их на практике.

В целом практика направлена на:

- Разработку четкого плана действий и графиков выполнения заданий.
- Определение основных целей и изучение доступной информации, что позволяет установить общие ожидания и согласовать методы реализации проекта.
- Организация коммуникаций между группой, создание планов встреч и общих встреч для согласования действий и своевременного обмена информацией.
- Проектирование, разработка и представление конечного результата и других проектных продуктов.
- Получение отзывов и обратной связи для улучшения работы в будущем, а также для измерения и оценки достигнутого прогресса.
- Рефлексию, анализ и оценку работы, чтобы улучшить способности и выработать техники для последующих проектных задач

Цель:

развитие способности самостоятельного осуществления групповой научно-исследовательской работы, связанной с решением отдельных профессиональных задач в современных информационных условиях

Задачи:

- обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления, задачах научного подхода, способах их решения;
- формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации данных, владение современными методами исследований;
- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию системного профессионального мышления и творческого потенциала;
- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;
- развитие навыков командной работы, распределения функций внутри группы, коммуникаций и бесконфликтного взаимодействия внутри группы и выполнения общих задач в рамках группового проекта

Научно-исследовательская работа

Аннотация:

Научно-исследовательская работа как формат работы студента направлена на развитие, прежде всего, общих "мягких" навыков и предполагает:

- Развитие критического мышления: в процессе изучения научных материалов и анализа собственных данных студенты учатся анализировать информацию и сравнивать различные точки зрения, что способствует развитию их критического мышления.
- Развитие умений: в процессе работы над исследованием студенты приобретают и развивают навыки и умения, необходимые для научного и профессионального роста, такие как планирование, организация, анализ, синтез, коммуникация.
- Углубление знаний: работа над научным проектом позволяет студентам глубже изучать интересующие их темы и расширять свои знания и компетенции в конкретной предметной области.
- Подготовку к будущей карьере: участие в научно-исследовательских проектах может помочь студентам найти работу в профессиональной сфере и подготовиться к карьере, связанной с научными исследованиями. Кроме того, такие работы могут стать важным опытом для поступления в аспирантуру или магистратуру

Цель:

Целью НИР как учебной практики является получение первичных знаний и навыков по организации и осуществлению исследований в области профессиональной деятельности

Задачи:

- 1) научиться выбирать и формулировать тему исследования;
- 2) научиться обосновывать актуальность выбранной темы;
- 3) научиться ставить и формулировать цель и задачи исследования в рамках заданной темы;
- 4) научиться подбирать необходимые для проведения исследования нормативные, методические и научные материалы;
- 5) научиться собирать фактический материал по теме исследования;
- 6) отработать навыки оформления научных работ;
- 7) отработать навыки представления и защиты результатов исследований

Преддипломная практика

Аннотация:

Преддипломная практика представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Преддипломная практика осуществляется в соответствии с задачами профессиональной деятельности бакалавра.

В процессе прохождения преддипломной практики студент самостоятельно изучает вопросы деятельности предприятия в соответствии с полученной ранее теоретической подготовкой и функциональными обязанностями на занимаемом рабочем месте.

По окончании практики обучающийся должен:

ЗНАТЬ И УМЕТЬ:

- применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических, естественных, правовых и технологических дисциплин в маркетинговой деятельности предприятия;
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность;
- пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство и требования нормативных документов;

ВЛАДЕТЬ, ИМЕТЬ ОПЫТ:

- основными теоретическими понятиями предшествующих дисциплин, экономическими, статистическими и управленческими методами, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности;
- разработки инновационных методов, средств и технологий в области маркетинговой деятельности;
- участия в реализации проектов в области маркетинговой деятельности.

Цель:

Закрепить теоретические знания, полученные студентами за время обучения в ПГНИУ, сформировать умения применять их в профессиональной деятельности, а также необходимые общекультурные и профессиональные компетенции.

Задачи:

Задачи, реализуемые в процессе прохождения преддипломной практики:

- изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;
- участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;
- сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам. При этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;
- разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия;
- получение практических навыков в сегментировании рынка и разработки на его основе позиционирования;
- изучение планирования товара, ценообразования, планирования распределения;
- изучение методов формирования спроса и стимулирования продвижения товара;
- приобщение студентов к аналитической работе на основе выполнения комплексных целевых индивидуальных заданий под руководством преподавателя, способствующих более глубокому пониманию и освоению будущей профессиональной деятельности;
- участие студентов в практической работе рекламной службы предприятия (в РА или рекламно-маркетинговом отделе СМИ);
- получение положительной аттестации от руководства организации с целью дальнейшего устройства на работу.

Производственная практика (кафедра маркетинга)

Аннотация:

Производственная практика представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

В результате прохождения практики обучающийся должен:

УМЕТЬ:

- анализировать и оценивать свой профессиональный и социальный опыт, при необходимости готов изменить направленность своей профессиональной деятельности, демонстрировать готовность к саморазвитию и самосовершенствованию, повышению профессионального уровня и мастерства;

ВЛАДЕТЬ, ИМЕТЬ ОПЫТ:

- участия в реализации проектов в области маркетинговой деятельности.

Цель:

Приобретение и усвоение практических навыков самостоятельной работы в реальных условиях производственно-хозяйственной деятельности маркетинговой службы организаций (предприятий, фирм) разных форм собственности или рекламно-маркетинговом отделе СМИ.

Задачи:

- закрепление практических навыков, знаний и умений, полученных студентами в процессе обучения в университете по профилирующим дисциплинам и дисциплинам специализации;
- изучение текущей, практической деятельности маркетологов и менеджеров на предприятиях, в организациях, учреждениях;
- изучение текущей, практической управленческой деятельности менеджеров, выполнения необходимых функций, связанных с принятием управленческих решений на предприятиях, организациях, учреждениях
- изучение взаимосвязи и взаимовлияния стратегического и операционного маркетинга;
- изучение миссии предприятия;
- определение экономически целесообразных границ деятельности предприятия;
- освоение методов прогнозирования, освоение системы и методов маркетингового исследования;
- получение практических навыков в сегментировании рынка и разработки на его основе позиционирования;
- изучение планирования товара, ценообразования, планирования распределения;
- изучение методов формирования спроса и стимулирования продвижения товара;
- приобщение студентов к аналитической работе на основе выполнения комплексных целевых индивидуальных заданий под руководством преподавателя, способствующих более глубокому пониманию и освоению будущей профессиональной деятельности;
- участие студентов в практической работе рекламной службы предприятия (в РА или рекламно-маркетинговом отделе СМИ).