ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

Утверждено
на заседании кафедры «Менеджмент,
Предпринимательство и Маркетинг»
«25» 08. 2015 г., протокол № 1
Зав. кафедрой
_____ О. Залученова

МР - 02.2.2 – 02 - 2015
Методические рекомендации и программа исследовательской практики для магистрантов специальности 6М051100 – Маркетинг

Издание 02

Алматы, 2015

Настоящий документ не может полностью или частично воспроизводиться, тиражироваться и распространяться без письменного разрешения НОУ «Алматы Менеджмент Университет»

Программа исследовательской практики по специальности 6М051100 – Маркетинг составлена в соответствии с Государственным общеобразовательным стандартом послевузовского образования, утвержденного Постановлением правительства от 23.08.2012г. № 1080 и Положением об исследовательской практике магистрантов НОУ «Алматы Менеджмент Университет» от 25.02.2013 г.

В программе исследовательской практики для магистрантов НОУ «Алматы Менеджмент Университет» специальности 6М051100 – «Маркетинг» изложены цели и задачи практики, содержание исследовательской практики, форма проведения практики и форма отчетности. Программа исследовательской практики по специальности 6М051100 – «Маркетинг» предназначена для использования магистрантами научного и педагогического направления.

Составитель: к.э.н., доцент Давлетова М.Т.

1 Цель и задачи практики

1.1 *Цель исследовательской практики*

Исследовательская практика магистрантов специальности 6М051100- Маркетинг является неотъемлемой частью учебного процесса и проводится с целью ознакомления с передовыми теоретическими и методическими достижениями зарубежной и казахстанской научной мысли и технологий, формирования профессионального мировоззрения и овладения современными методиками проведения научных изысканий по сбору, систематизации, обработки, интерпретации, анализа и оценки данных, в которых должны быть синтезированы теоретические знания по программам магистратуры и практические компетенции в ходе проведения научно-исследовательской работы.

Основной **целью** исследовательской практики является сбор материалов и выполнение необходимых профессиональных работ по теме магистерской диссертации.

Целями исследовательской практики являются:

- систематизация, углубление и закрепление теоретических знаний, полученных магистрантами в процессе обучения;
- формирование у магистрантов навыков ведения самостоятельной научной работы, исследования и экспериментирования.
- овладение практическими навыками экономической, финансовой и коммерческой деятельности объекта исследования для объективной оценки результатов их работы;
- разработка выводов и рекомендаций по перспективному развитию объекта исследования, его экономическому росту, повышению прибыльности.

1.2 *Задачи практики*

Задачами исследовательской практики являются:

а) изучить:

-углубленно изучить и освоить принципы и методы экономической, коммерческой и маркетинговой работы на исследуемом объекте;

- изучить пути и методы управления, воздействия рыночного механизма на повышение эффективности производства и качество работы объекта исследования;
- изучить организационную структуру управления фирмы (компании), задачи и функции ее основных отделов;
- изучить опыт организации маркетинговой деятельности;
- изучить структуру, цели, задачи, функции службы маркетинга;

б) выполнить:

- сбор, обработку и анализ основных производственно-экономических и финансовых показателей и статистических данных для оценки деятельности объекта исследования за определенный период;
- выявить динамику изменения основных экономических показателей, их тенденций на перспективу;
- самостоятельно выполнить расчеты, основанные на применении передовых методов анализа и планирования;
- ознакомиться с нормативно-инструктивными материалами и документами, организационной структурой управления, основными производственными или бизнес-процессами и экономическими основами деятельности объекта исследования;
- определить место и роль исследуемого объекта исследования на рынке;
- ознакомиться с порядком планирования, организации и управления маркетинговой деятельностью.

Для решения задач исследовательской практики магистрант должен:

а) изучить:

- патентные и литературные источники, статистические и отчетные данные по разрабатываемой теме с целью их использования при выполнении выпускной квалификационной работы;

- методы исследования и проведения экспериментальных работ;
- методы научного и эмпирического познания для проведения исследований и подготовки отчета и научной работы;
- методы анализа и обработки экспериментальных данных;
- требования к оформлению научно-технической документации.

б) выполнить:
- сбор, обработку, интерпретацию, анализ, систематизацию и обобщение собранной информации по теме исследований;
- теоретическое или экспериментальное исследование в рамках поставленных задач;
- анализ достоверности полученных результатов;
- сравнение результатов исследования объекта разработки с отечественными и зарубежными аналогами;
- комплексное изучение рассматриваемой тематики;
- анализ научной и практической значимости проводимых исследований и технико-экономической эффективности разработки.

2 Форма проведения практики

Научно-исследовательская практика может быть организована на предприятиях и организациях всех форм собственности. Места практики могут быть предложены как НОУ «Алматы Менеджмент Университет» (Центром карьеры), так и самими магистрантами, но должны быть согласованы с кафедрой на предмет соответствия профилю специальности.

Местом прохождения практики является конкретная фирма, компания, на материалах которой магистрант пишет магистерскую диссертацию, т.е. место практики является одновременно объектом исследования в диссертационной работе. Магистрант может пройти практику по месту работы.

Распределение практикантов по базовым предприятиям (организациям, фирмам) и общее руководство практикой осуществляется Заведующим кафедрой «Менеджмент. Предпринимательство и Маркетинг».

Вся работа в ходе прохождения практики выполняется магистрантом самостоятельно. Общее руководство и контроль над прохождением практики магистрантов возлагаются на руководителей исследовательской практики, которые одновременно являются руководителями магистерской диссертации.

Перед началом практики эдвайзер проводит установочную конференцию, на которой предоставляется вся необходимая информация по проведению исследовательской практики. Эдвайзер магистратуры от кафедры:
- разъясняет цель, задачи и порядок прохождения практики;
- ориентирует на качественное выполнение требований программы практики;
- выдает направление на практику, дневник практики;
- обеспечивает программой практики;
- разрабатывает предварительный график прохождения практики.

Научный руководитель магистранта осуществляет постановку задач по самостоятельной работе в период практики, выдает индивидуальное задание и оказывает соответствующую консультационную помощь.

В ходе практики магистрант заполняет дневник, где фиксирует день, круг выполненных заданий и поручений, можно также отразить полученные впечатления. В конце практики составляется полный отчет, в содержании которого практикант должен общую характеристику базовой организации, анализ ее основных экономических показателей и маркетинговой деятельности. Кроме этого, в отчете практикант на основании дневника обязан отразить выполненные им поручения и задания, работу с документами. В конце отчета делаются выводы и пожелания.

По окончании практики проводится заключительная сессия, на которой подводятся итоги: защита отчета-реферата, проверяется документация, выставляются оценки. Результаты защиты отчета оформляются соответствующим протоколом кафедры.
Итоги практики обсуждаются на заседании кафедры и составляется отчет по форме, который должен быть сдан в Деканат Высшей школы финансов и менеджмента.

3 Сроки проведения и продолжительность практики

Продолжительность научно-исследовательской практики согласно ГОСО и рабочему учебному плану составляет 12 недель. Даты начала и окончания практики устанавливаются в соответствии с рабочим учебным планом и академическим календарем и утверждаются приказом Ректора НОУ «Алматы Менеджмент Университет».
Итоговая аттестация научно-исследовательской практики осуществляется после ее завершения в течение срока, установленного Деканатом Высшей школы финансов и менеджмента по согласованию с кафедрой.

4 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения исследовательской практики

В результате прохождения исследовательской практики магистрант должен:

а) приобрести навыки:

- постановки целей и задач научного исследования;
- выбора и обоснования методики исследования, овладения современными методами и методологией научного исследования, в наибольшей степени соответствующие профилю избранной магистрантом магистерской программы;
- формирования комплексного представления о специфике деятельности научного работника по направлению «Маркетинг»;
- совершенствования умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
- работы с прикладными научными изысканиями и техническими программами, используемыми при проведении научных исследований и разработок;
- обобщения результатов анализа и разработки предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования.
- оформления результатов научных исследований (оформление отчетов, написание научных статей, тезисов и докладов);
- подготовки заявки на патент или участие в гранте.

б) знать:

- современные приоритеты развития и проблемы данной отрасли знаний;
- преамбулу развития конкретной научной проблематики, роль и масштабы влияния на изучаемую отрасль знаний;
- состояние, специфику и особенности отечественной и международной конъюнктуры, отраслей, регионов и рынков в исследуемом направлении;
- ресурсную базу и источники по исследуемой научной теме;
- современные информационные технологии и новейшие инструменты проведения научных исследований.

в) уметь :

- формулировать научную проблематику в сфере маркетинга;
- обосновывать выбранное научное направление, адекватно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании;
- владеть методами организации и проведения научно-исследовательской работы в сфере маркетинга;
- пользоваться методиками проведения научных исследований;

- владеть способами обработки получаемых эмпирических данных и их интерпретацией;
- делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований, в том числе, в виде научных докладов и публикаций;
- реферировать и рецензировать научные публикации;
- владеть методами анализа и самоанализа, способствующими развитию личности научного работника;
- вести научные дискуссии, не нарушая законов логики и правил аргументирования;
- строить взаимоотношения с коллегами и потребителями (клиентами).

5 Структура и содержание исследовательской практики

Процесс прохождения магистрантами исследовательской практики состоит из следующих этапов:

1 этап – составление индивидуального плана прохождения практики совместно с научным руководителем.

2 этап – подготовка к проведению научного исследования.

3 этап – проведение исследования.

4 этап – обработка и анализ полученных результатов.

5 этап – инновационная деятельность.

6 этап – заключительный.

Исследовательская практика осуществляется магистрантом в рамках утвержденной темы магистерской диссертации с учетом интересов и возможностей подразделений, в которых она проводится.

Содержание исследовательской практики определяется темой диссертационного исследования. Организация исследовательской практики должна быть направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения магистрантами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки магистра по соответствующей специальности.

В ходе исследовательской практики магистрантам предоставляется возможность проведения научных и экспериментальных исследований по теме диссертации. При этом рекомендуется использовать такие общенаучные методы, как аналитический метод, структурно-логический метод, метод классификации, статистические методы: сравнения, группировок, обобщения, а также методы причинно-следственного и факторного анализа, метод прогнозирования, метод экономико-математического моделирования. Кроме того, следует провести количественные и качественные маркетинговые исследования, использовать методы анализа: SWOT-, GAP-, PEST-, ABC-анализ и др.

В ходе прохождения исследовательской практики магистрант должен на практике закрепить полученные теоретические знания, которые позволяют приобрести навыки работы в профессиональной деятельности по специальности.

Содержание практики определяется характером деятельности базовой организации. Магистранту-практиканту необходимо ознакомиться с организацией работы фирмы (компании), ее документацией; приобрести навыки составления аналитических отчетов, разработки и ведения различных маркетинговых мероприятий; закрепить, углубить и применить на практике общетеоретические знания по специальности.

Во время исследовательской практики магистрантам рекомендуется ознакомиться и изучить следующие вопросы, которые следует осветить в отчете о практике.

1. Характеристика предприятия: год создания, учредители, организационная структура предприятия (схема организационной структуры, задачи и функции структурных подразделений), основные направления деятельности, профиль и специализация базы практики.

2. Задачи и функции отдела (маркетинга, сбыта, рекламы, исследований, логистики и др.), функции и должностные обязанности работников отдела, к которому магистрант будет

прикреплен для прохождения практики; взаимодействие с другими структурными подразделениями предприятия.

3. Основные экономические показатели, характеризующие производственно-сбытовую, финансовую, управленческую и маркетинговую деятельность предприятия в динамике за последние 3 года в табличной форме (таблица 1):

Таблица 1

Основные экономические показатели деятельности предприятия за 2013-2015 гг.

(тыс. тг)

№	Наименование показателя	2013	2014	2015	Отклонение 2014 к 2013		Отклонение 2015 к 2014	
					тыс. тг	в %	тыс. тг	в %
1	Объем производства продукции							
2	Объем реализации продукции (услуг)							
3	Выручка или валовый доход от реализации продукции (услуг).							
4	Затраты (или издержки)							
5	Прибыль (или чистый доход)							
6	Рентабельность							
	и т.д.							

После таблицы с показателями нужно обязательно дать их краткий анализ, например: чистая прибыль в 2015 г. увеличилась по сравнению с 2014 г. на 5 млн. тенге или на 15% и за счет каких факторов, т.е. как изменились показатели и каковы причины их изменения.

4. Организация производственно-сбытовой, маркетинговой и инновационной деятельности на предприятии: SWOT-анализ маркетинговой деятельности предприятия; организационная структура отдела маркетинга; работа с заказами и заявками клиентов (заключение договоров); разработка новых продуктов; реализация инновационных стратегий; внедрение инновационных технологий; применение инновационных методов продвижения (например, современные рекламные технологии или инновации в рекламе).

5. Номенклатура выпускаемых (реализуемых) товаров или перечень оказываемых услуг предприятия (если номенклатура насчитывает свыше 10 наименований товаров или услуг, перечислить укрупненные ассортиментные группы).

6. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда деятельности предприятия: поставщики, потребители – целевая аудитория, посредники, конкуренты, партнеры; провести PEST-анализ внешней среды; привести основные социально-демографические характеристики целевой аудитории; провести анализ конкурентов (2-3 ближайших конкурента) в табличной форме (таблица 2): критерии оценки конкурентов и балльная оценка по каждому критерию с указанием конкурентных преимуществ Вашей фирмы, например:

Таблица 2

Анализ основных конкурентов фирмы

№	Критерии конкурентоспособности	Наименование Вашей фирмы	Наименование конкурента 1	Наименование конкурента 2
1	Качество товара (услуги)			
2	Цена			
3	Ассортимент			
4	Упаковка (или дизайн)			
5	Сервисное осблуживание			
6	и т.д.			
	Итоговый балл			

7. Товарная политика предприятия: номенклатура продукции (услуг), сервисное обслуживание, торговые марки; товарные стратегии; анализ ассортиментного портфеля предприятия по матрице БКГ.
8. Ценовая политика предприятия: привести прайс-лист по основным позициям (в табличной форме); указать ценовые скидки: кому, в каком размере, в каких случаях, с какой целью; можно охарактеризовать методы ценообразования или применяемые ценовые стратегии.
9. Сбытовая политика и коммерческая деятельность предприятия: охарактеризовать методы реализации продукции – продажи напрямую покупателям или через торговых посредников, т.е. описать систему сбыта (дистрибьюции); указать объемы реализации продукции (объемы товарооборота); описать, как Ваша фирма стимулирует работу продавцов или посредников (бонусы, реклама, обучение), применяет ли мерчандайзинг; по возможности раскрыть методы эффективной торговли, технику продаж.
10. Коммуникационная политика предприятия: реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, личная продажа, прямой маркетинг и др.; привести примеры реальных рекламных акций, дать рекламный бюджет (затраты на рекламу) за 2014 и 2015 гг., на каких носителях давалась реклама или в каких СМИ, каков рекламный слоган (лозунг) и т.д.
11. Система планирования и контроля деятельности предприятия: охарактеризовать виды планов, разрабатываемых предприятием; формирование производственной программы; разработка маркетингового плана фирмы; методы составления маркетингового бюджета и рекламного бюджета; виды и методы контроля за выполнением планов (аудит, ревизия, инвентаризация, годовые отчеты и др.); GAP-анализ (план, факт, отклонение и причины).
12. Маркетинговая информационная система предприятия и практика маркетинговых исследований: описать механизм проведения исследования и результаты, т.е. привести форму анкеты, количество участвовавших респондентов, форму и дату проведения опроса, сколько процентов респондентов ответило на такой-то вопрос так-то и т.д. (в виде диаграмм). По результатам исследования какие маркетинговые решения были приняты в компании. Рекомендуется использовать статистические данные (сайт Агентства РК по статистике), материалы исследовательских агентств (BRIF RESEARCH GROUP, Gellup Media Asia, BISSAM и др.), материалы Интернет, журнала «Маркетинг» и т.д.
13. Деятельность предприятия на международном рынке и развитие внешнеэкономических связей: экспорт, прямые иностранные инвестиции, совместные предприятия, лицензирование, франчайзинг, международная производственная кооперация, трансферт технологий, ноу-хау и др.; основные иностранные партнеры; объемы международных деловых операций.
14. Разработка предложений по совершенствованию производственно-сбытовой, управленческой, маркетинговой деятельности предприятия: выявленные проблемы и недостатки в работе фирмы; конкретные практические рекомендации по их решению (например, создание или оптимизация работы отдела маркетинга, разработка и реализация маркетинговых стратегий, совершенствование комплекса маркетинга, внедрение

инноваций в маркетинговую деятельность, проведение маркетинговых исследований, применение эффективного мерчандайзинга и т.д.).

По итогам практики магистрант представляет руководителю практики аналитический отчет с описанием методики и полученных результатов исследования, а также реферат по избранной теме, список литературы и основные выводы работы.

По окончании практики магистрант обязан предоставить на кафедру дневник и отчет о результатах проделанной работы за время научно-исследовательской практики.

Исследовательская практика считается завершенной при условии выполнения магистром всех требований программы практики. Исследовательская практика оценивается по установленной балльно-рейтинговой системе оценок.

По итогам положительной аттестации магистранту выставляется дифференцированная оценка по 100-балльной системе с указанием буквенных обозначений (A, B, C и т.д.).

Оценка по практике приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации магистрантов.

Получение неудовлетворительной оценки или непредставление отчета влечет за собой повторное прохождение исследовательской практики, а в случае проявления магистрантом недобросовестного отношения к практике, нарушения дисциплины или выявления на зачете полной неподготовленности по программе практики – исключение из числа магистрантов, в зависимости от характера нарушений.

Сроки и условия повторного прохождения практики устанавливаются в каждом отдельном случае деканом факультета и руководителем практики университета.

Оценка по практике приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации магистрантов.

Аттестация по исследовательской практике осуществляется в два этапа. На первом этапе руководитель магистра проводит оценку умений и навыков по исследовательской деятельности магистранта, отношения к выполняемой работе, которую излагает в отзыве.

На втором этапе каждый магистрант выступает с презентацией результатов проведенного исследования (5-7 минут) на научно-исследовательском семинаре (круглом столе) под председательством заведующего кафедрой, куда входят: руководитель практики, эдвайзер по магистратуре, представитель Деканата ВШиФМ. При необходимости приглашается представитель предприятия (организации, фирмы).

Решения об оценках по результатам защиты отчета по практике принимаются комиссией путем голосования простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в научно-исследовательском семинаре (круглом столе).

При выставлении оценки за защиту отчета учитываются следующие моменты:

- объем выполненной работы;
- самостоятельность проведенного научного (экспериментального) исследования;
- отзыв руководителя от кафедры;
- отзыв руководителя с места практики;
- заключение кафедры;
- возможность применить полученные результаты в научных исследованиях, практической работе или в учебном процессе;
- грамотность и четкость изложения материала;
- качество оформления отчета и его соответствие предъявляемым требованиям;
- представление магистрантом всех необходимых документов (отчета, дневника, договора с базой практики).

Результаты защиты отчетов по практике объявляются в день их проведения.

6 Структура индивидуального задания

Освоение необходимых знаний и умений осуществляется магистрантом применительно к разрабатываемой им теме научно-исследовательской работы. Основой для составления индивидуального задания магистранта по практике является индивидуальный учебный план, в котором дается обоснование темы, цель, задачи, структура (план) магистерской диссертации.

Магистрант составляет план прохождения практики совместно с научным руководителем и получает индивидуальное задание, в котором сформулированы основные требованию к содержанию практики:

1) цель и задачи экспериментального исследования;

2) разработка и обоснование методики проведения научного исследования.

Магистрант изучает методы исследования и проведения экспериментальных работ; методы анализа и обработки данных; модели процессов и явлений, относящихся к исследуемому объекту; информационные технологии в научных исследованиях, программные продукты, относящиеся к профессиональной сфере; требования к оформлению научной документации; порядок внедрения результатов научных исследований и разработок;

3) проведение исследования: поиск, сбор плановой информации, отчетных данных компании; статистических данных по теме диссертации; аналитических материалов исследовательских агентств; изучение нормативно-законодательных актов, регламентирующих маркетинговую деятельность фирмы; поиск информации в Интернете; знакомство с материалами периодической печати; изучение документации фирмы (компании) и др.;

4) обработка и анализ полученных результатов.

Магистрант проводит статистическую обработку данных, делает выводы об их достоверности, проводит их анализ, проверяет адекватность исследуемой модели. Магистрант использует системный, компонентный, функционально-стоимостной анализы, а также методы анализа в маркетинге: SWOT-, GAP-, PEST-, ABC- анализ и др. По результатам исследования формулируются соответствующие выводы и обобщения;

5) внедрение результатов исследования.

Магистрант внедряет результаты исследования в деятельность фирмы, компании, обосновывает практические рекомендации и предложения по их применению для разработки нового или усовершенствованного продукта или технологии. Все это оформляется соответствующим актом внедрения. Кроме того, магистрант может оформить заявку на патент, на участие в гранте или конкурсе научных работ;

6) публикация и презентация, аттестация по научно-исследовательской практике.

Магистрант оформляет отчет о практике, готовит публикацию и презентацию результатов проведенного исследования. Защищает отчет по исследовательской практике.

7 Отчетность

Отчет по исследовательской практике должен содержать следующие разделы (ориентировочный объем введения и заключения 1-3 страницы, а основной части отчета – 25-30 страниц):

- *введение* содержит обоснование актуальности темы выполняемой НИР, постановку целей и задач исследования, определение предмета и объекта исследования, характеристику современного состояния изучаемой проблемы, характеристику методологического аппарата, информационной базы исследования, научную и практическую значимость работы;
- *основная часть отчета*, в которой раскрываются основные вопросы по программе практики: 14 пунктов в соответствии с содержанием исследовательской практики (см. раздел 5);
- *заключение* (краткие выводы о выполненной работе и предложения по повышению эффективности прохождения практики);

- список использованных источников;
- Приложения (дополнительный материал).

В тексте отчета обязательно должны быть наглядные иллюстративные материалы (схемы, таблицы, расчеты, графики, диаграммы и т.д.).

Отчет по исследовательской практике оформляется в соответствии с требованиями к оформлению магистерской диссертации. Объем отчета со всеми приложениями – 25-30 страниц компьютерного текста.

Оформленный и подписанный руководителем практики о допуске к защите отчет сдается на кафедру в течение 5 дней после окончания практики вместе с дневником практики. В дневнике фиксируются выполненные магистрантом работы за каждую неделю в период прохождения практики, характеристика магистранта и оценка кафедры. В дневнике должны быть проставлены подписи руководителя практики от организации, в которой магистрант проходил практику, и ее печать.

Итоги практики обсуждаются на заседании кафедры, оформляются соответствующим протоколом и составляется сводный отчет по научно-исследовательской практике магистрантов, который представляется в письменном виде в Деканат Высшей школы финансов и менеджмента. По результатам защиты отчетов по практике магистрантам выставляются оценки по исследовательской практике в соответствующую ведомость.

Общие итоги практики подводятся на Учебно-методическом Совете НОУ «Алматы Менеджмент Университет».

8 Учебно-методическое обеспечение

В ходе прохождения практики, наряду со списком библиографии по теме НИР, используется перечень рекомендуемой магистранту литературы, который определяется руководителем практики.

Магистранты обеспечиваются всеми необходимыми документами для прохождения практики:

- методические рекомендации и программа исследовательской практики;
- форма договора с базой практики;
- форма дневника;
- направление и индивидуальное задание на практику;
- форма отчета по практике.

Научные руководители проводят на кафедре индивидуальные учебные и научные консультации магистрантов по графику, составленному эдвайзером по магистратуре.

9 Материально-техническое и программное обеспечение

Необходимое материально-техническое, компьютерное обеспечение и оборудование определяются спецификой выполняемой темы научно-исследовательской работы магистранта.

Для сбора и изучения учебной, методической и научной литературы по исследовательской практике магистранты могут воспользоваться библиотекой НОУ «Алматы Менеджмент Университет», где имеется обширный библиотечный фонд, в т.ч. и электронные ресурсы, а также научным залом.

Для обработки собранных данных и материала по практике магистранты могут воспользоваться компьютерами и бесплатным доступом к Интернет в компьютерных классах и научном зале НОУ «Алматы Менеджмент Университет».

Для защиты отчетов по практике и проведения научно-исследовательского семинара в Университете предоставляются аудитории, оборудованные интерактивной доской, компьютером и LCD-проектором для презентации результатов исследования магистрантов.

Приложение 1

НОУ «АЛМАТЫ МЕНЕДЖМЕНТ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Менеджмент, Предпринимательство и Маркетинг»

ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

ОТЧЕТ
о результатах прохождения исследовательской практики

Магистранта (ки) 2 курса

Специальности _____

_____

(Ф. И. О.)

Руководитель практики от кафедры

_____

(ученая степень, должность)

_____

(Ф. И. О.)

Алматы, 2016