**Содержание**

[Введение 3](#_Toc120563275)

[1. Систематизация информации по ключевым заказчикам ООО «\_\_\_\_» 4](#_Toc120563276)

[2. Анализ конкурентной среды ООО «\_\_\_\_\_\_» 5](#_Toc120563277)

[3. Исследование процесса управления маркетинговой деятельностью ООО «\_\_\_\_\_\_» и оценка его эффективности 6](#_Toc120563278)

[4. Предложения по улучшению процесса управления маркетинговой деятельностью ООО «\_\_\_\_» 8](#_Toc120563279)

[Заключение 11](#_Toc120563280)

[Список использованных источников 11](#_Toc120563281)

[Приложения 13](#_Toc120563282)

## Введение

Я, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, студент \_\_\_ курса образовательной программы бакалавриата «Маркетинг» Института открытого образования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, в период с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ проходил производственную практику в Обществе с ограниченной ответственностью «\_\_\_\_\_» (ООО «\_\_\_\_\_»). Руководитель практики от организации – руководитель отдела маркетинга Иванов Андрей Андреевич. Руководитель практики от Финуниверситета – к.э.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Производственная практика является одной из важнейших составляющих учебного процесса, она направлена на то, чтобы перенести полученные знания и умения из области теории в область повседневной профессиональной деятельности, развить аналитические способности, принимать самостоятельные решения в процессе реализации должностных полномочий. Производственная практика помогает осознать правильность сделанного профессионального выбора, проверяет усвоение теоретических знаний, приобретенных во время обучения в университете.

Целью прохождения производственной практики является систематизация, обобщение, закрепление, углубление практических знаний и умений, приобретенных при освоении образовательной программы «Маркетинг» по направлению «Менеджмент», а также реализация теоретических знаний, полученных при освоении учебных дисциплин, на практике. Общими задачами при прохождении производственной практики являются:

1. сбор и систематизация информации по ключевым заказчикам организации;
2. анализ конкурентной среды организации;
3. исследование процесса управления маркетинговой деятельностью организации и определение его эффективности;
4. Участие в реализации маркетинговой стратегии организации
5. Внесение предложений по улучшению процесса управления маркетинговой деятельностью ООО «\_\_\_\_\_\_»

## Систематизация информации по ключевым заказчикам ООО «\_\_\_\_\_»

## Анализ конкурентной среды ООО «\_\_\_»

## Исследование процесса управления маркетинговой деятельностью ООО «\_\_\_\_\_\_\_» и оценка его эффективности

## Предложения по улучшению процесса управления маркетинговой деятельностью ООО «Инполюс»

## Заключение

## Список использованных источников

## Приложения

**Приложение 1**

**Приложение 2**

**Приложение 3**

**Приложение 4**

**Приложение 5**

**Приложение 6**

**Приложение 7**