**Содержание**

[Введение 3](#_Toc118049549)

[1. Характеристика деятельности ООО «\_\_\_». 4](#_Toc118049550)

[2. Теоретические аспекты маркетинговой деятельности 5](#_Toc118049551)

[ООО «\_\_\_» 5](#_Toc118049552)

[3. Содержание исследований в области маркетинга 6](#_Toc118049553)

[4. Содержание анализа маркетингового процесса и конкурентов 7](#_Toc118049554)

[Заключение 9](#_Toc118049555)

[Список использованных источников 10](#_Toc118049556)

[Приложения 12](#_Toc118049557)

## Введение

Я, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, студент \_\_\_ курса образовательной программы бакалавриата «Маркетинг» Института открытого образования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, в период \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ проходил учебную 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 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Учебная 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. Учебная практика помогает осознать правильность сделанного профессионального выбора, проверяет усвоение теоретических знаний, приобретенных во время обучения в университете.

Целью прохождения учебной практики является систематизация, обобщение, закрепление, углубление теоретических и 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 учебной практики являются:

1. ознакомление с содержанием основных работ и исследований, в том числе по вопросу маркетинговых стратегий;
2. приобретение навыков сравнительного анализа, анализа конкурентов, эффективности маркетинговой деятельности;
3. изучение процесса разработки документации;
4. ознакомление с ключевыми электронными ресурсами, которые применяются при решении маркетинговых задач.

## Характеристика деятельности ООО «\_\_\_».

## Теоретические аспекты маркетинговой деятельности

## ООО «\_\_\_\_\_»

## Содержание исследований в области маркетинга

## Содержание анализа маркетингового процесса и конкурентов

## Заключение

В процессе прохождения учебной практики были выполнены, запланированные в Индивидуальном задании, основные виды работ и получены следующие результаты:

## Список использованных источников

## Приложения

**Приложение 1**