МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института ЗО
_____ М.Н. Нестеров
«17» июня 2016г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
_____ Ю.А. Дорошенко
«20» июня 2016г.

Программа практики

Учебная практика

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Институт: экономики и менеджмента

Кафедра: маркетинга

Белгород 2016

Программа составлена на основании требований:

Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль Маркетинг (уровень бакалавриата), утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 7;

Плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, (для набора студентов в 2015 году).

Составитель (составители) ст. преподаватель _____ (С.М. Горинская)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
маркетинга
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф._____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«14» 06 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«14» 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф._____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией
Института экономики и менеджмента

«16» 06 2016 г., протокол № 10

Председатель: к.э.н., проф._____(В. В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. Вид практики –учебная

2. Тип учебной практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

3. Способы проведения практики –стационарная

4. Формы проведения практики – дискретно.

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

№	Код компетенции		Компетенция
Общепрофессиональные			
1	ОПК-1	Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** - основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права и обязанности человека и организации; - основы юридической терминологии, применяемой в экономике. **Уметь:** – использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности; – ориентироваться в системе законодательных и нормативно-правовых актов РФ, регламентирующих сферу общественной, профессиональной деятельности и предпринимательской деятельности. **Владеть:** – навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности; – навыками подготовки основных корпоративных документов.
2	ОПК-7	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационны	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: **Знать:** – подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации; – виды и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска информации, технологию оформления научных работ. **Уметь:** – решать стандартные задачи профессиональной

		х технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	деятельности на основе информационной и библиографической культуры; – понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение. **Владеть**: – владеть способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; – методами и средствами получения, хранения и переработки информации.
Профессиональные			
3	ПК-11	Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: **Знать:** – общие элементы системы внутреннего документооборота организации; – укрупнённые методики анализа системы внутреннего документооборота организации; – важнейшие принципы формирования информационного обеспечения участников организационных проектов. **Уметь:** – анализировать первичную информацию о функционировании системы внутреннего документооборота организации; – использовать информационно-коммуникационные технологии при анализе информации о функционировании системы **Владеть:** – навыками работы с информационно-коммуникационными технологиями; – навыками ведения укрупнённых баз данных по общим показателям; – навыками анализа первичной информации о функционировании системы.

6. Место практики в структуре образовательной программы.

Раздел ОП «Учебная практика» ориентирован на формирование у студентов библиотечно-информационной культуры, которая предполагает знание организации информационных процессов, владение приемами поиска, сбора, обработки информации, умение применять технические средства, используемые в образовательном процессе, а также на получение первичных профессиональных умений и навыков.

Учебная практика по направлению 38.03.02 – Менеджмент базируется на навыках и умениях, приобретенных в рамках курсов «Микроэкономика», «Правоведение», «Социология и психология», «Базовые информационно-коммуникационные технологии», «Экономические основытехнологического развития», «Маркетинг», «История управленческой мысли», «Экономика отраслевых рынков», «Макроэкономика».

Знания и умения, полученные после прохождения учебной практики,помогут использовать технологии подготовки и оформления результатов самостоятельной, учебной и научно-исследовательской деятельности (подготовка курсовых и дипломных работ, рефератов, докладов и т.п.) при изучении всех дисциплин учебного плана, производственной и преддипломной практик в течение всего периода обучения.

Освоение курса «Учебная практика» даст возможность более рационально организовать самостоятельную работу студентов, сократить интеллектуальные и временные затраты на поиск и аналитико-синтетическую переработку учебной и научной информации, повысить качество знаний за счет овладения более продуктивными видами интеллектуального труда.

7. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	Подготовительный	Общее собрание студентов
		Консультация руководителя практики от кафедры
		Инструктаж по технике безопасности, охране труда, правилам внутреннего распорядка в организации
		Ознакомительная экскурсия
2	Основной	Сбор материала о деятельности предприятия для написания отчета, курсовых работ и научно-исследовательской деятельности
		Изучение нормативно-правовых, информационных, аналитических документов
		Работа в сети Интернет
3	Заключительный	Систематизация и обработка собранного материала для составления отчета по учебной практике
		Защита отчета по практике

8. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Промежуточная аттестация по учебной практике проходит в форме защиты отчета (зачет с оценкой).

Базами учебной практики могут выступать предприятия отраслей народного хозяйства (преимущественно промышленные) различных организационно-правовых форм; объекты инфраструктуры предприятия; проектные организации; научно-исследовательские учреждения; образовательные учреждения; структурные подразделения БГТУ им. В.Г. Шухова; органы государственного управления и местного самоуправления; муниципальные организации; коммерческие организации (любой организационно-правовой формы).

Для успешного выполнения программы практики студент должен посетить организационное собрание перед началом практики, выполнять все указания руководителей практики от предприятия и университета, соблюдать правила техники безопасности и внутреннего распорядка предприятия и вуза, не допускать фактов нарушения трудовой дисциплины. Работа по составлению отчета должна вестись ритмично в соответствии с установленными для этого сроками.

Руководитель практики должен ознакомить студентов со структурой программы практики, определить ее значение для подготовки специалиста, провести инструктаж по оформлению отчета и защиты практики, составить литературный обзор по проблеме исследования, ознакомить студентов с информационными ресурсами.

Студентом выбираются необходимые методы исследования, производится сбор и обработка литературного материала, анализ нормативно-правовой базы, регулирующей различные сферы деятельности организации. Под руководством руководителя практики от университета, на основе анализа и осмысления имеющихся литературных данных, обобщения полученных результатов, должен быть представлен отчет по учебной практике.

В отчете должна быть отражена следующая информация:

1. Характеристика предприятия:

- наименование организации (организационно-правовая форма и название), например, АО, ООО и др.;
- миссия, цели, задачи организации (экономические - связанные с финансово-хозяйственной деятельностью; производственные - связанные с развитием производства, материально-технической базы; маркетинговые - продвижение товара или услуги на рынок, доведение до конечного потребителя; социальные - удовлетворение потребностей общества, и др.);
- основное содержание устава (законодательная основа, функции, права, ответственность);
- основные виды деятельности организации.

2. Анализ построения организационной структуры управления:

- схема организационной структуры управления;
- принципы построения организационной структуры управления;

- органы управления и их полномочия в соответствии с организационно-правовой формой;

- должностные инструкции;

- общее количество работающих сотрудников в организации;

- анализ нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность организации.

3. Анализ социально-экономической системы управления:

В данном разделе необходимо представить:

- характеристику внешней среды организации (субъектов управления, регулирующих деятельность) – поставщиков, потребителей, конкурентов, экономические, политические факторы;

- анализ внутренней среды (материально-техническая база, ассортимент, цены, внешнее и внутреннее оформление организации, технологический процесс).

4. Изучение стилей руководства и процесса принятие управленческих решений:

В данном разделе необходимо:

- представить общую характеристику стилей руководства;

- оценить стиль руководства во взаимосвязи с организационно-правовой формой организации;

- рассмотреть современные требования к управленческому персоналу (менеджерам);

- характеристику организационной культуры организации (ценности, стандарты поведения);

- представить группировку решений по признакам (их содержанию, по уровню управления, срокам).

- представить основные направления повышения эффективности принятия управленческих решений в организации.

Содержание отчета должно соответствовать разделам учебной практики. Объем отчета – от 20 до 40 страниц. Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан через 1,5 интервала шрифтом 14 пт с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.Материалы отчета, представлены в форме, не соответствующей перечисленным требованиям, возвращаются студентам на доработку.

В случае, когда студенты проходят учебную практику в библиотеке БГТУ им. В.Г. Шухова, в отчете может быть представлена информация об организации, собранная в сети Интернет.

Программу практики студенты выполняют путем:

– общего ознакомления с предприятием и основными показателями его деятельности;

– ознакомления с работой соответствующих отделов и служб;

– выполнение порученных работ в соответствующих отделах;

– сбор материалов для выполнения отчета по практике и курсовых работ (проектов), а также научно-исследовательской деятельности;

– беседами с рабочими, руководителями, специалистами, экспертами, менеджерами, маркетологами;

– самостоятельной работы с технической и экономической литературой, с отчетной документацией предприятия.

Практика для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

По окончании учебной практики руководитель практики от организации должен дать отзыв о выполненной практикантом работе, о содержании собранного материала, дать практиканту характеристику, в которой необходимо отразить уровень его теоретических знаний и приобретенных практических навыков, охарактеризовать его деловые качества и организаторские способности, выставить общую оценку по практике.

По окончании практики студент представляет отчет на кафедру научному руководителю практики от БГТУ им. В.Г. Шухова для проверки и защиты. Руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных программой практики.

На защите студент должен хорошо ориентироваться в содержании представленного отчета, отвечать на вопросы теоретического и практического характера.

При защите практики учитывается также объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики руководителя практики, умение профессионально и грамотно отвечать на вопросы, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы, умение анализировать документы, приложения к отчету.

Форма итогового контроля – дифференцированный зачет.

Отчет о практике оценивается по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе и неудовлетворительную оценку при защите отчета, либо не защитивший отчет в установленный срок, может быть отчислен из университета за академическую задолженность. В случае уважительной причины студент направляется на практику вторично, в свободное от учебы время.

Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

1) Понятие юридического лица. Классификация юридических лиц.

2) Классификация предприятий.

3) Порядок создания и регистрации предприятия.

4) Устав как учредительный документ коммерческих организаций. Его структура и содержание.

5) Порядок ликвидации предприятия.

6) Особенности организационных структур управления при различных организационно-правовых формах предпринимательства.

7) Малое предприятие как особая форма предпринимательства.

8) Основные понятия и категории на рынке информационно-коммуникационных технологий.

9) Тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий

10) Этапы развития и области применения информационных технологий в менеджменте.

11) Функциональное назначение и ресурсы Интернет

12) Навигация пользователей в сети Интернет. Поисковые системы.

13) Первичная информация для анализа функционирования системы внутреннего документооборота.

14) Цели и задачи информационной системы организации

15) Характеристика и назначение технических средств информационных систем предприятий

16) Программные продукты используемые в деятельности предприятия

17) Внутренняя и внешняя среда предприятия. Определение направленности информационных потребностей организации

18) Организация автоматизированного рабочего места менеджера.

19) Семейство программных продуктов Microsoft

20) Организационная структура управления предприятием.

Критерии оценки

Критерий оценивания	Зачтено (с оценкой «отлично»)	Зачтено (с оценкой «хорошо»)	Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)	Не зачтено (с оценкой «неудовлетворительно»
Оценивание выполнения	Студент своевременно,	Студент показывает полное	Студент выполнил программу практики.	Студент владеет фрагментарными

программы практики. Содержание отзыва руководителя	качественно выполнил весь объем работы, предусмотренной программой практики, показал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала. Теоретическое задание соответствует теме, представленный материал полностью раскрывает тему задания, в работе сформулированы значимые выводы. Практическая часть выполнена в полном объеме.	знание учебного материала, допуская лишь мелкие неточности. Работа выполнена полностью. Теоретическое задание соответствует теме. Практическая часть выполнена в полном объеме. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям.	Теоретическое задание в целом соответствует теме. Практическая часть выполнена с ошибками. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. В процессе работы не проявлял заинтересованности и самостоятельности.	знаниями и не умеет применять их на практике, не способен самостоятельно выполнить практические задания, не выполнил программу практики в полном объеме.
Оценивание содержания и оформления отчета по практике	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Материал изложен грамотно, профессионально.	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. Материал излагает полно, но не всегда последовательно.	В оформлении отчета допущены неточности. Отчет носит описательный характер. Слабо владеет профессиональной терминологией.	Документы по практике не оформлены в соответствии с требованиями.

9.Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

9.1. Основная литература

1. Методические указания к прохождению учебной практики для студентов очной и заочной форм обучения направления бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент профиль подготовки «Маркетинг» [Электронный ресурс] / Е.Д. Щетинина, Т.Н. Пономарева, Т.А. Дубровина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2016.- 18с.

2. Борисова, С. В. Основы библиотечно-информационной культуры [Электронный ресурс]: учебное пособие / С. В. Борисова. - Электрон.текстовые дан. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 1 эл. опт.диск (CD-ROM). - Загл. с титул.экрана. - https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015071712414003700000652045;

9.2. Дополнительная литература

1. Боброва Е. И. Информационно-коммуникационные технологии в деятельности библиотеки вуза [Электронный ресурс]: монография / Е. И. Боброва. – Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2010. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21975.html.

2. ГОСТ 7.82-2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления. – Минск: Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 2001. – 24 с.

3. ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила оформления. - Изд. офиц. –Москва: Изд-во стандартов, 2004. - 47 с.

4. ГОСТ Р 7.0.5-2008 Библиографическая ссылка: общие требования и правила составления / РКП. - Офиц. изд. –Введ. с 28.04.2008. - Москва: Стандартинформ, 2008. - 18 с. - (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).

5. ГОСТ Р 7.0.12-2011 Библиографическая запись. Сокращения слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила. – Изд. офиц. – Москва: Стандартинформ, 2012. – 24 с.

6. Карпачева Е. Н. Научно-техническая информация:учеб. пособие / Е. Н. Карпачева. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2012. - 262 с.: табл.

7. Методы информационно-аналитической деятельности [Электронный ресурс]: науч.-практ. сб. - Кемерово, 2010. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22027

8. Морева О. Н. Формирование документных потоков [Электронный ресурс]: учеб.пособие / О. Н. Морева. - Кемерово, 2010. - Режим доступа:http://www.iprbookshop.ru/22119

9.3. Интернет-ресурсы

1. Путеводитель по ресурсам Интернет [Электронный ресурс] // Научно-техническая библиотека БГТУ им. В. Г. Шухова: [официальный сайт]. – Режим доступа: http://ntb.bstu.ru/jirbis2/images/sait/driveway/index.html

2. Электронная библиотека [Электронный ресурс] // Информационная грамотность и медиаобразование для всех: [информационный портал]. – Режим доступа: http://www.mediagram.ru/library/

10. Перечень информационных технологий

При проведении учебной практики используются современные информационные технологии:

- Электронный каталог на базе программного обеспечения АИБС ИРБИС-64;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС IPRbooks;
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- СПС «КонсультантПлюс»;
- Электронная библиотека НТБ. БГТУ им. В. Г. Шухова;
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- Электронная библиотека диссертаций РГБ;
- Сайт НТБ БГТУ им. В. Г. Шухова (ntb.bstu.ru)

11. Материально-техническое обеспечение практики

Учебная практика проводится на базе научно-технической библиотеки БГТУим. В. Г. Шухова. Для проведения лекционных занятий используется учебный читальный зал на 50 посадочных мест (ауд. 303 БК), оснащенный специальным оборудованием для проведения презентаций. Для проведения практических занятий используется специализированный читальный зал электронных ресурсов, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации (ауд. 302 БК) и зал каталогов и картотек.

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик с изменениями

Рабочая программа с изменениями и дополнениями утверждена на 2017/2018 учебный год.

9.1. Основная литература

1. Борисова, С. В. Основы библиотечно-информационной культуры [Электронный ресурс]: учебное пособие / С. В. Борисова. - Электрон.текстовые дан. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 1 эл. опт.диск (CD-ROM). - Загл. с титул.экрана. - https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015071712414003700000652045;

2. Каталоги научно-технической библиотеки [Электронный ресурс]: методические рекомендации / сост. С. М. Горинская. - Электрон.текстовые дан. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2017. - 1 эл. опт.диск (CD+RW): табл. - Загл. с титул. экрана. - (в конв.). – Режим доступа: https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2017033111590077200000654609;

3. Программа и методические указания к проведению учебной практики [Электронный ресурс]: для бакалавров первого курса обучения направления 38.03.02 Менеджмент / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф.стратег. упр. ; сост.: С. М. Горинская, М. Ш. Григорьева. - Электрон.текстовые дан. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2017. - 1 эл. Опт.диск : табл. - Загл. с титул. экрана. - (в конв.). – Режим доступа: https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2017051110061204300000658092

Протокол № 10 заседания кафедры от «6» июня 2017г.

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик с изменениями, дополнениями

Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 2018/2019 учебный год.

Внесены изменения в пункт 3:

3. Способы проведения практики– стационарная, выездная

Введен Приказом Минобрнауки России от 13.07.2017 г. №653

Внесены дополнения в пункт 6:

6. Место практики в структуре образовательной программы.

Протокол № 8 заседания кафедры от «15» мая 2018г.

Получение первичных профессиональных умений и навыков по результатам прохождения учебной практики может быть организовано на базе университета (посредством удаленного использования открытых источников информации), либо на предприятии.

Заведующий кафедрой _____ / Щетинина Е.Д. /
подпись, ФИО

Директор института _____ / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕОРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра стратегического управления

ОТЧЕТ

о прохождении учебной практики

Направление 38.03.02 Менеджмент

Студента (-ки) _____ курса _____ группы

_____

Фамилия, имя, отчество полностью

Место практики_____

Наименование предприятия (организации)

Руководитель практики от института

_____

_____ /_____/

подпись *расшифровка подписи*

Белгород 2016

Приложение 2

Отзыв
Руководителя практики о работе студента-практиканта

_____

(Ф.И.О. студента)

Студент(ка)_____курса
проходил(а)_____практику
в _____с_____по_____

За время прохождения практики(***)_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Оценка за работу в период прохождения практики:_____

Должность
Ф.И.О.Руководителя практики

Дата

*** в каком объеме выполнил(а) программу практики, с какой информацией ознакомился(лась), отношение к работе, взаимоотношения с коллективом и т.д.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института заочного обучения
_____ М.Н. Нестеров
«17» 06 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики и менеджмента
_____ Ю.А. Дорошенко
«17» 06 2016 г.

Программа практики

Производственная практика

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра маркетинга

Белгород2016

Программа составлена на основании требований:

Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль Маркетинг (уровень бакалавриата), утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 7;

Плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова (для набора студентов 2015 года).

Составитель (составители) д.э.н., проф. _____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
маркетинга
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф. _____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«14» 06 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«14» 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф. _____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией
Института экономики и менеджмента

«16» 06 2016 г., протокол № 10

Председатель: к.э.н., проф. _____ (В. В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. Вид практики: производственная практика.

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

3.Способы проведения практики: стационарная; выездная.

4. Формы проведения практики: дискретно.

5. Способы планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№		Код компетенции	
Профессиональные			
1	ПК-5	Способностьанализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** принципы взаимосвязи функциональных стратегий компании **Уметь:** анализировать содержание и особенности функциональных стратегий и готовить предложения по повышению эффективности их взаимосвязи. **Владеть:** технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования сбалансированных управленческих решений.
2	ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** специфику и формы макроэкономического воздействия на предприятия, организации различных отраслей народного хозяйства, а также органов государственного и муниципального управления, методы его оценки и прогнозирования **Уметь** осуществлять расчет рыночных рисков; прогнозировать и рассчитывать вероятностную меру рисков с использованием различных методов, анализировать потребительское поведение, анализировать конкурентную среду **Владеть:** навыками анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, рыночных рисков, потребительской удовлетворенности и поведения потребителей, конкурентной среды.
3	ПК-11	Владениенавыками анализа	В результате освоения дисциплины

		информации о функционировании системы внутреннего документооборотаорганизации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспеченияучастников организационных проектов	обучающийся должен **Знать:** возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных **Уметь:** владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов **Владеть:** методами анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, методами применения средств программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

6. Место практики в структуре образовательной программы.

Производственная практика относится к Блоку 2 «Практики» (Б2.БП.01), который в полном объеме относится к вариативной части ОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования – бакалавриат) и логически (по срокам и содержанию дисциплин учебного плана) увязана с основными дисциплинами направленности (профиля) подготовки: Маркетинг.

Производственная практика бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» при подготовке к организационно-управленческой и экономической профессиональной деятельности базируется на основании соответствующих дисциплин: Базовые информационно-коммуникационные технологии, Маркетинг, Документирование управленческой деятельности, Стратегический менеджмент, Макроэкономика, Управление качеством и конкурентоспособностью, Поведение потребителей, Информационные системы маркетинга, Маркетинговые исследования и анализ, Институциональная среда менеджмента, Анализ макроэкономической среды, Стратегия и тактика бизнеса, Учебная практика.

В результате изучения перечисленных дисциплин и для начала прохождения производственной практики обучающийся должен:

Знать:

- основные нормативные правовые документы;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основы маркетинга (философию, концепцию, сущность, закономерности, принципы, методы анализа внешней среды, оценку

конъюнктуры рынка, методы анализа структурных элементов комплекса маркетинга);

- бизнес-процессы в сфере маркетинга и роль в них линейных менеджеров и специалистов по маркетингу;
- особенности поведения потребителей на рынке;
- методы и способы проведения маркетинговых исследований;
- основные аспекты анализа макроэкономической среды.

Уметь:

- разрабатывать и реализовывать мероприятия по совершенствованию организации;
- разрабатывать и реализовывать программы развития предприятия;
- использовать различные методы оценки конкурентоспособности предприятия;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- разрабатывать стратегию и тактику рыночной деятельности компании;
- разрабатывать программы проведения текущего, оперативного истратегического анализа;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатыватьпути повышения их эффективности;
- применять полученные знания в конкретных ситуациях, предлагать способырешения проблем и оценивать ожидаемые результаты, систематизировать иобобщать информацию.

Владеть:

- методами разработки и реализации стратегических бизнес-единиц;
- методами планирования производственной деятельности;
- навыками разработки и внедрения рекламных продуктов.
- методами оценки экономической эффективности мероприятий посовершенствованию маркетинговой деятельности организации;
- технологиями проведения технико-экономического и маркетингового анализа;
- методами и инструментами маркетинговых исследований и анализа рынка;
- инструментами информационной системы маркетинга для решения стратегических и текущих задач.

Производственная практика носит предшествующий характер для преддипломной практики, а также для таких дисциплин как: Управление цепями поставок, Ценообразование в маркетинге; Технология рекламы и PR; Маркетинговый консалтинг; Коммерческая деятельность; Отраслевой маркетинг; Оценка эффективности маркетингового проекта; Маркетинговый аутсорсинг; Стратегия и тактика бизнеса; Маркетинг территорий; Бренд-менеджмент; Управление продуктовым портфелем; Маркетинговое планирование и аудит; Маркетинговый контроллинг; Статистика и прогнозирование рынка; Электронная торговля; Управление маркетингом; Управление партнерскими отношениями.

7. Структура и содержание практики производственной

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.
Производственная практика – 4 семестр, 3 зачетные единицы, 108 часов.
Производственная практика – 6 семестр, 3 зачетных единиц, 108 часов.

4 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	*Подготовительный*	Собрание по производственной практике
		Получение документации для прохождения практики (направления, договора, программы практики)
		Инструктаж руководителем практики от университета
2.	*Исследовательский*	Получение общих сведений об организации
		Изучение основных характеристик организации.
		Анализ организационной структуры предприятия.
		Анализ корпоративной культуры предприятия.
		Анализ и диагностика хозяйственной деятельности предприятия
		Изучение и анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии
		Изучение и анализ нормативно-правовой, методической и регламентационной документации
3.	*Аналитический*	Обработка полученной на предыдущем этапе информации
		Обобщение результатов обработки (формулировка выводов)
		Разработка предложений по решению выявленных проблем
4.	*Завершающий*	Сбор документов, отзыва от руководителя практики от организации
		Подготовка презентационных материалов по итогам практики
		Сдача отчета на кафедру

6 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	*Подготовительный*	Собрание по производственной практике
		Получение документации для прохождения практики (направления, договора, программы практики)
		Инструктаж руководителем практики от университета
2.	*Исследовательский*	Получение общих сведений об организации
		Изучение основных характеристик организации.
		Анализ и оценка имиджа предприятия и технико-экономических показателей
		Анализ внешней маркетинговой среды
		Оценка конъюнктуры товарного рынка
		Изучение и анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии

		Оценка структурных элементов комплекса маркетинга на предприятии
		Оценка маркетинговой информационной системы предприятия
		Анализ и оценка маркетинговых коммуникаций на предприятии
		Оценка эффективности деятельности службы маркетинга на предприятии
3.	*Аналитический*	Обработка полученной на предыдущем этапе информации
		Обобщение результатов обработки (формулировка выводов)
		Разработка предложений по решению выявленных проблем
4.	*Завершающий*	Сбор документов, отзыва от руководителя практики от организации
		Подготовка презентационных материалов по итогам практики
		Сдача и защита отчета на кафедре

8. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Цель практики – закрепление полученных знаний по управлению маркетингом на предприятии, изучение реально существующей системы организации маркетинговой деятельности на предприятии, маркетинговых коммуникацийи рыночных процессов.

Практика проводится на базе организаций, имеющих маркетинговые центры, коммерческие и маркетинговые отделы.

Руководство практикой осуществляет преподаватель кафедры и работник базового предприятия. Руководитель от университета, посещая предприятие, контролирует прохождение практики, проводит консультации. Руководитель от предприятия определяет рабочее место студентов, организует ознакомительную экскурсию, содействует студентам в получении необходимой информации, контролирует соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил охраны труда, проверяет отчеты.

Перед началом практики во всех группах проводятся собрания, на которых студенты получают направление на практику, индивидуальные задания от руководителей, знакомятся с графиком и порядком прохождения практики.Непосредственно перед началом практики студенты проходят инструктаж по технике безопасности с работниками предприятия.

По результатам производственной практики студент составляет отчеты о выполнении плана работ в соответствии с программой практики, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении профессиональных компетенций профиля.

Вместе с отчетом студент предоставляет на выпускающую кафедру отзыв руководителя практики от организации – базы практики (с подписью,заверенной в общем отделе организации). Содержание отчета о практике должно полностью

соответствовать программе практики, быть кратким, но полным, отражать умение студента применять на производстве теоретические знания, полученные в вузе.

По результатам практики студент должен собрать следующую информацию:

1. Сведения об объекте изучения (общие сведения, история создания, организационно-правовую форму предприятия; объем производства, номенклатуру, ассортимент продукции; имидж предприятия в глазах покупателя.

2. Анализ рынка и прогноз внешней маркетинговой среды (исследование общеэкономической конъюнктуры, основные макроэкономические показатели, состояние дел в отрасли; стратегический анализ рынка (данные для этого анализа подбираются в соответствии с методическими указаниями № 1005).

3. Организация маркетинговой деятельности (существующий на предприятии тип организационной структуры маркетинга, выполняемые функции, оценка элементов комплекса маркетинга; оценка и анализ выполнения плана маркетинга; организация информационных потоков;оценка эффективности деятельности службы маркетинга на предприятии).

.4. Маркетинговые коммуникации (МК). Характеристика и схематичное представление форм МК, используемых предприятием;описание целевой аудитории каждой формы МК и целей коммуникации; характеристика размера и структуры бюджета МК; форма реализации связей с общественностью (PR) и решаемые ими задачи.

Программу практики студенты выполняют путем:

- общего ознакомления с предприятием и основными показателями его деятельности;
- ознакомления с работой соответствующих отделов и служб;
- беседами с рабочими, руководителями, специалистами, экспертами, маркетологами;
- самостоятельной работы с технической и экономической литературой, с отчетной документацией предприятия.

Сбор материалов для отчета может осуществляться в следующих отделах:

- отделмаркетинга;
- планово-экономический отдел;
- финансовый отдел;
- бухгалтерия;
- отдел кадров;
- отдел труда и заработной платы;
- производственно-технический отдел;
- отдел сбыта и логистики;
- в других экономических (технических) службахи посредством сети Интернет.

Отчет о производственной практике должен быть составлен и оформлен в организации, где его предварительно оценивает руководитель практики от предприятия.

Объем отчета – не менее 30 страниц. Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан через 1,5 интервала шрифтом 14 пт с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

Материалы отчета, представлены в форме, не соответствующей перечисленным требованиям, возвращаются студентам на доработку.

Обязательные элементы отчета располагаются в следующем порядке:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение.
4. Материалы по разделам программы практики.
5. Заключение.
6. Список литературы.

В заключении руководитель практики от организации должен дать отзыв о выполненной практикантом работе, о содержании собранного материала, дать практиканту характеристику, в которой необходимо отразить уровень его теоретических знаний и приобретенных практических навыков, охарактеризовать его деловые качества и организаторские способности, выставить общую оценку по практике (прил. 1).

По окончании практики студент представляет отчет на кафедру маркетинга научному руководителю практики от БГТУ им. В.Г. Шухова для проверки и защиты. Руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных программой практики.

На защите студент должен хорошо ориентироваться в содержании представленного отчета, отвечать на вопросы теоретического и практического характера. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики руководителя практики, умение профессионально и грамотно отвечать на вопросы, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы, умение анализировать документы, приложения к отчету.

Форма итогового контроля – дифференцированный зачет.

Отчет о практике оценивается по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе и неудовлетворительную оценку при защите отчета, либо не защитивший отчет в установленный срок, может быть отчислен из университета за академическую задолженность. В случае уважительной причины студент направляется на практику вторично, в свободное от учебы время.

Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

1) Охарактеризуйте средства и методы достижения целей организации.
2) Дайте характеристику результатов маркетинговой деятельности объекта практики за анализируемый период.
3) Назовите общую структуру организации, основные функции и задачи, решаемые организацией.
4) Каким образом осуществляется взаимодействие между отделом маркетинга и другими службами внутри организации?
5) Раскройте организацию и осуществление контроля за маркетинговой деятельностью
6) Раскройте организационную структуру управления объекта практики.

7) Охарактеризуйте эффективность коммуникационной политики организации.
8) Охарактеризуйте методы управления, применяемые в данной организации
9) Назовите наиболее и наименее эффективные технологии управления маркетингом.
10) Расскажите о порядке предоставления отчетов о проведенной работе структурными подразделениями организации руководству.
11) Какой организационно-управленческий опыт был приобретен в период практики?
12) Расскажите о товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политиках предприятия на котором проходили производственную практику.
13) Назовите основные стратегические и тактические цели предприятия.
14) Опишите применяемые Вами методы анализа ассортимента. Какие были получены выводы.
15) Какие Вами были сделаны выводы о маркетинговой деятельности предприятия на котором вы проходили производственную практику?
16) Как маркетинговые результаты связаны с результатами деятельности предприятия?
17) Что дает система оценки результативности маркетинга?
18) Дайте характеристику внешних условий функционирования объекта практики.
19) Каким образом факторы маркетинговой среды оказывают влияние на деятельность предприятия?
20) Дайте характеристику факторов, оказывающих негативное влияние на деятельность объекта практики.
21) Проведите оценку выбранной организацией стратегии поведения на рынке.
22) Дайте характеристику основных сегментов рынка, потребительских предпочтений на рынке.
23) Почему маркетинговые исследования являются важным этапом процесса управления маркетингом?
24) Какие методы сбора маркетинговой информации Вы использовали при подготовке отчета по производственной практике?
25) Охарактеризуйте основные конкурентные преимущества предприятия.
26) Дайте характеристику макро-, мезо- и микросреды функционирования предприятия.
27) Каковы существуют основные коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.).
28) Опишите существующие рыночные риски для предприятия. Кто является основным целевым сегментов для данного предприятия, дайте характеристику.
29) Опишите конкурентную среду предприятия.
30) Охарактеризуйте систему документооборота, внутренние документы, связанные с управлением деятельностью объекта практики.
31) Какие навыки и практические умения были приобретены в период прохождения практики?
32) Охарактеризуйте цели, виды деятельности и организационно-правовую форму объекта практики.

33) Раскройте организацию информационной системы объекта практики.

34) Назовите основные учредительные документы и локальные акты по организации управления деятельностью объекта практики.

35) Назовите законодательные и нормативные документы, регламентирующие деятельность организации.

Критерии оценки отчета

Критерий оценивания	Зачтено (с оценкой «отлично»)	Зачтено (с оценкой «хорошо»)	Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)	Не зачтено (с оценкой «неудовлетворительно»
Оценивание выполнения программы практики. Содержание отзыва руководителя	Студент своевременно, качественно выполнил весь объем работы, предусмотренной программой практики, показал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала. Теоретическое задание соответствует теме, представленный материал полностью раскрывает тему задания, в работе сформулированы значимые выводы. Практическая часть выполнена в полном объеме.	Студент показывает полное знание учебного материала, допуская лишь мелкие неточности. Работа выполнена полностью. Теоретическое задание соответствует теме. Практическая часть выполнена в полном объеме. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям.	Студент выполнил программу практики. Теоретическое задание в целом соответствует теме. Практическая часть выполнена с ошибками. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. В процессе работы не проявлял заинтересованности и самостоятельности.	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не способен самостоятельно выполнить практические задания, не выполнил программу практики в полном объеме.
Оценивание содержания и оформления отчета по практике	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Материал изложен грамотно, профессионально.	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. Материал излагает полно, но не всегда последовательно.	В оформлении отчета допущены неточности. Отчет носит описательный характер. Слабо владеет профессиональной терминологией.	Документы по практике не оформлены в соответствии с требованиями.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Бренд-менеджмент и его составляющие : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 134 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015102916501688500000659777

2. Инновационный маркетинг : методы и инструменты : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 209 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014121617255375300000656502

3. Конкурентоспособность промышленного предприятия в условиях импортозамещения : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; ред.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 170 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015101214484323900000655488

4. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга : учеб. пособие для студентов очной и заоч. форм обучения направления бакалавриата 080200 - Менеджмент профиля подгот. "Маркетинг" / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. : https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015111312242385100000659785

5. Старикова, М. С. Теория и практика маркетинга : учеб. пособие для студентов направления бакалавриата 080002 - Менеджмент / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 320 с. (Экз. 58) / [Электронный ресурс] : https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040921153893869400001791

6. Старикова, М. С. Управление деловыми взаимодействиями промышленной корпорации : монография / М. С. Старикова, Е. Д. Щетинина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 134 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016061710241470800000659588

7. Трансформация моделей маркетингового взаимодействия : монография / М. С. Старикова [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 271 с. Экземпляры всего: 5

б) дополнительная литература:

1. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / Бердышев С.Н.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. 216— с. http://www.iprbookshop.ru/5996

2. Егорова М.М. Маркетинг: учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— С.: Научная книга, 2012. 159— с. http://www.iprbookshop.ru/6297

3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2009, 2010. - 814 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-469-00989-4 : Экземпляры всего: 6

4. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-driven management : учеб. для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ж. -Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. - 2-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2012. - 720 с. - ISBN 978-5-4237-02559-5 : Экземпляры всего: 15

в) интернет-ресурсы:

1) www.statsoft.ru (Официальный сайт российского представительства компании StatSoft)

2) www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики (Росстат) собирает и агрегирует всю официальную информацию, собираемую государственными службами и ведомствами. В Росстате можно получить подробную информацию по различным отраслям и регионам России.

3) http://www.marketing.spb.ru/ - Энциклопедия Маркетинга. Проект содержит большое количество аналитических материалов и описаний управленческих технологий в разделах «Маркетинг Менеджмент», «Маркетинговый анализ», «Маркетинговые коммуникации» и др.

4) http://marketing.rbc.ru/ - РосБизнесКонсалтинг. Проект РБК — «Исследования рынков» систематизирует маркетинговые исследования ведущих

российских компаний о практически всех товарных рынках и услугах. Сейчас в базе данных компании хранится около 4500 исследований разных отраслевых рынков, а также бизнес-планов и рекомендаций.

10. Перечень информационных технологий

Для проведения собрания студентов и инструктажа – аудитория, оснащеннаясредствами звуковоспроизведения и мультимедийными комплексами дляпрезентаций.

Для успешного прохождения практики обучающимися и написания отчетарекомендуется использовать пакет программ:

1. СПС «КонсультантПлюс», договор № 22-15к от 01.06.2015
2. Microsoft Office 2013, договор № 31401445414 от 25.09.2014
3. Kaspersky Endpoint Center 10, лицензия № 17E0170707130320867250
4. MicrosoftWindows 7, договор №63-14к от 02.07.2014
5. MozillaFirefox, свободно распространяемое ПО согласно условиямлицензионного соглашения.

11. Материально-техническое обеспечение практики

Структурные подразделения хозяйствующего субъекта, обеспечивающие требования техники безопасности.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций студентов используется учебная аудитория УК№3, №408, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для составления отчета по производственной практики в аудитории, оснащеннойкомпьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации используются следующие программные продукты:

1. СПС «КонсультантПлюс», договор № 22-15к от 01.06.2015
2. MicrosoftOffice 2013, договор № 31401445414 от 25.09.2014
3. KasperskyEndpointCenter 10, лицензия № 17E0170707130320867250
4. MicrosoftWindows 7,договор №63-14к от 02.07.2014
5. MozillaFirefox свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения.

Для самостоятельной работы студентов используется читальный зал библиотекис возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик с изменениями

Программа практик с изменениями утверждена на 2017/2018учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «6» июня 2017г.

Добавить в Учебно-методическое и информационное обеспечение практики следующие издания:

В п. «а» основная литература добавить следующие издания:

1. Щетинина Е. Д. Методические указания к прохождению производственной практики для студентов очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиля "Маркетинг" / сост.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2017. - 14 с.
2. Дубино, Н. В. Деловые коммуникации промышленного предприятия : учебное пособие для студентов заочной формы обучения с применением дистанционных технологий обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02 "Менеджмент" / Н. В. Дубино, Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 305 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016072813593593900000659713
3. Формирование и оценка конкурентных позиций предприятий промышленности : монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 228 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016051914122391300000657733
4. Щетинина, Е. Д. Стратегическая диагностика промышленного предприятия: проблемы и методы : монография / Е. Д. Щетинина, С. К. Кочина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 193 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016082613085819000000653662
5. Щетинина, Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия : учебное пособие для магистров направления 38.04.02 - Менеджмент профилей подготовки "Корпоративный маркетинг", "Стратегический менеджмент" / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016080115065357300000655811

В п. «б» дополнительная литература добавить следующие издания:

1. Кметь Е.Б. Управление маркетингом: учебник / Кметь Е.Б., Ким А.Г.— С.: Вузовское образование, 2016. 284 с. http://www.iprbookshop.ru/433

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик без изменений

Программа практик без изменений утверждена на 2018/2019учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от «15» мая 2018г.

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

Приложение 1

ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ О РАБОТЕ СТУДЕНТА-ПРАКТИКАНТА

_____

(Ф.И.О. студента)

Студент(ка)_____курса проходил(а)_____практику в_____ с_____по_____.

За время прохождения практики (***)_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Оценка за работу в период прохождения практики:_____

Должность
Ф.И.О.
Руководителя практики
Дата

*** в каком объеме выполнил(а) программу практики, с какой информацией ознакомился(лась), отношение к работе, взаимоотношение с коллективом и т.д.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института заочного обучения
_____ М.Н. Нестеров
«17» 06 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики и менеджмента
_____ Ю.А. Дорошенко
«17» 06 2016 г.

Программа практики

Преддипломная практика

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра маркетинга

Белгород2016

Программа составлена на основании требований:

Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль Маркетинг (уровень бакалавриата), утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 7;

Плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова (для набора студентов 2015 года).

Составитель (составители) д.э.н., проф. _____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
маркетинга
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф. _____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«14» 06 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«14» 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф. _____ (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией
Института экономики и менеджмента

«16» 06 2016 г., протокол № 10

Председатель: к.э.н., проф. _____ (В. В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. Вид практики:производственная практика (преддипломная).

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

3.Способы проведения практики:стационарная, выездная.

4. Формы проведения практики дискретно.

5. Способы планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
1	ПК-1	Владениенавыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решениястратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** основные управленческие теории, подходы к мотивации и стимулированию. **Уметь:** аргументировано отстаивать управленческие решения, заинтересовывать и мотивировать персонал; диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию. **Владеть:** методами стимулирования и мотивация; методами проведения аудита человеческих ресурсов и оценки организационной культуры
2	ПК-2	Владениеразличными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных,групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** природу деловых и межличностных конфликтов; принципы построения моделей межличностных коммуникаций в организации; основы организационного проектирования и порядка взаимодействия и подчинения. **Уметь:** использовать эффективные способы минимизации негативного влияния конфликтов на деятельность предприятия; моделировать и оценивать систему деловых связей взаимоотношений в организации и ее подразделениях (на разных уровнях). **Владеть:** психологическими и правовыми знаниями, используемыми в разре-

			шении конфликтных ситуаций.
3	ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности. **Уметь:** разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли. **Владеть:** методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.
4	ПК-4	Умениеприменять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотнымкапиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты и субъекты финансового менеджмента; методологию оценки инвестиционных решений и стоимости компании. **Уметь:** применять основные инструменты финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, капитала и денежных потоков; оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компании. **Владеть:** технологией принятия решений в управлении финансами компании; приемами и способами оценки инвестиционных решений с позиции обеспечения роста капитала компании.
5	ПК-5	Способностьанализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** принципы взаимосвязи функциональных стратегий компании **Уметь:** анализировать содержание и особенности функциональных стратегий и готовить предложения по повышению эффективности их взаимосвязи. **Владеть:** технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования сбалансированных управленческих решений.
6	ПК-6	Способностьучаствовать в управлении проектом, программой внедрения технологических	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** понятийно-категориальный ап-

		и продуктовыхинноваций или программой организационных изменений	парат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию. **Уметь:** определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами; ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность. **Владеть:** навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта.
7	ПК-7	Владениенавыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений,договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методическогоинструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** принципы моделирования и управления бизнес-процессами и распределением работ **Уметь:** описывать процедуры выполнения работ и определять способы контроля **Владеть:** аналитическим и техническим инструментарием разработки процедур и методов контроля
8	ПК-8	Владениенавыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной)деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** перечень и возможности применения методов и программных средств обработки деловой информации. **Уметь:** применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности. **Владеть:** навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
9	ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** специфику и формы макроэкономического воздействия на предприятия, организации различных отраслей народного хозяйства, а также органов государственного и муниципального управления, методы его оценки и прогнозирования

		экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	**Уметь** осуществлять расчет рыночных рисков; прогнозировать и рассчитывать вероятностную меру рисков с использованием различных методов, анализировать потребительское поведение, анализировать конкурентную среду **Владеть:** навыками анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, рыночных рисков, потребительской удовлетворенности и поведения потребителей, конкурентной среды.
10	ПК-10	Владениенавыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческихрешений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей. **Уметь:** осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления. **Владеть:** навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.
11	ПК-11	Владениенавыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборотаорганизации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечениячастников организационных проектов	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборотаорганизации, ведения баз данных **Уметь:** владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечениячастников организационных проектов **Владеть:**методами анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборотаорганизации, методами применения средств программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечениячастников организационных

			проектов.
12	ПК-12	Умениеорганизовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимойинформации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области. **Уметь:** ориентируясь в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании **Владеть:** методами разработки и реализации маркетинговых программ, навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.
13	ПК-13	Умениемоделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов впрактической деятельности организаций	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** основные бизнес-процессы в организации **Уметь:** моделировать и оптимизировать бизнес-процессы **Владеть:** методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности
14	ПК-14	Умениеприменять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данныхуправленческого учета	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** принципы организации систем учета и распределения затрат, основы калькулирования и анализа себестоимости продукции и услуг **Уметь:** калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета, оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения. **Владеть:** инструментами и методами учета и распределения затрат, навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции.
15	ПК-15	Умениепроводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в томчисле при принятии решений об инвестировании и финансировании	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** принципы организации финансового планирования и прогнозирования. **Уметь:** разрабатывать и выполнять планы и программы финансового планиро-

			вания и прогнозирования. **Владеть:** технологиями финансового планирования и прогнозирования
16	ПК-16	Владениенавыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования сучетом роли финансовых рынков и институтов	В результате освоения дисциплины обучающийся должен **Знать:** методологию проведения оценки инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования. **Уметь:** оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний, разрабатывать инвестиционные проекты и проверить их оценку **Владеть:** методами и инструментами оценки инвестиционных проектов; различными финансовыми инструментами; методами анализа операционной деятельности

6. Место практики в структуре образовательной программы.

Преддипломная практика относится к Блоку 2 «Практики» (Б2.БП.02), который в полном объеме относится к вариативной части образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования – бакалавриат) и логически (по срокам и содержанию дисциплин учебного плана) увязана с основными дисциплинами направленности (профиля) подготовки: Маркетинг.

Преддипломная практика бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» при подготовке к организационно-управленческой и экономической профессиональной деятельности базируется на основании соответствующих дисциплин: Математика, Базовые информационно-коммуникационные технологии, История управленческой мыли, Теория организации и системный анализ, Основы менеджмента, Документирование управленческой деятельности, Деловые коммуникации, Управление человеческими ресурсами, Международный менеджмент, Учет и анализ, Бизнес планирование, Финансовый менеджмент, Стратегический менеджмент, Макроэкономика, Управление качеством и конкурентоспособностью, Обоснование инвестиций, Поведение потребителей, Информационные системы маркетинга, Маркетинговые исследования и анализ, Управление цепями поставок, Ценообразование в маркетинге, Технология рекламы и PR, Международный маркетинг, Маркетинговый консалтинг, Коммерческая деятельность, Отраслевой маркетинг, Бухгалтерский учет, Учет и отчетность в организации, Статистика в менеджменте, Основы статистики, Институциональная среда менеджмента, Анализ макроэкономической среды, Мерчандайзинг, Методы и модели продаж, Оценка эффективности маркетингового проекта, Маркетинговый аутсорсинг, Стратегия и тактика бизнеса, Маркетинг территорий, Бренд-менеджмент, Управление продуктовым портфелем, Маркетинговое планирование и аудит, Маркетинговый контроллинг, Статистика и прогнозирование рынка, Электронная торговля, Управление маркетингом, Управление партнерскими отношениями, Учебная практика, Производственная практика.

Преддипломная практика является завершающим видом деятельности студентов перед написанием и защитой ВКР и предполагает закрепление и конкретизацию результатов теоретическогообучения, приобретение студентами навыков и умений практической работы по выбранному направлению (профилю) и присваиваемой квалификации.

7. Структура и содержание практики преддипломной

Общая трудоемкость практики составляет 6зачетные единицы, 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	*Подготовительный*	Собрание студентов (знакомство с графиком и порядком прохождения практики). Получение документации для прохождения практики (направления, договора, программы практики)
		Ознакомление с организацией (предприятием, учреждением), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж и инструктаж по технике безопасности
2.	*Основной (сбор, обработка, обобщение и анализ полученной информации)*	Получение общих сведений о деятельности организации (организационно-правовая форма, производственная структура, финансовое состояние, уровень технического развития; уровень организации труда, уровень управления, объем производства, ассортимент продукции)
		Изучение основных характеристик рынка(исследование общеэкономической и отраслевой конъюнктуры, тенденций на рынке, конкурентной структуры рынка, исследование целевой аудитории предприятия, контрагентов, посредников)
		Изучение структурных элементов комплекса маркетинга организации (анализ ассортиментной и марочной политики, исследование ценовой политики, сервисной, оценка применяемых в организации средств маркетинговых коммуникаций, оценка сбытовой политики)
		Оценка и анализ планирования маркетинга на предприятии (анализ выполнения плана маркетинга, выявление координационных связей между службами маркетинга и другими подразделениями, исследование организации информационных потоков)
		Исследование стратегических направлений развития предприятия (выявление стратегических целей предприятия, анализ применяемых маркетинговых стратегий, выделение привлекательных стратегических областей бизнеса)
		Обобщение полученной информации, формулировка выводов, разработка рекомендаций по решению выявленных проблем
3.	*Заключительный (подготовка отчета по практике)*	Сбор документов (отзыв руководителя от практики от организации), подготовка отчета по преддипломной практике, сдача отчета на кафедру и его защита

8. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике

Цель практики – закрепление полученных знаний по управлению маркетингом на предприятии, изучение реально существующей системы организации маркетинговой деятельности на предприятии, маркетинговых коммуникацийи рыночных процессов.

Практика проводится на базе организаций, имеющих маркетинговые центры, коммерческие и маркетинговые отделы.

Руководство практикой осуществляет преподаватель кафедры и работник базового предприятия. Руководитель от университета, посещая предприятие, контролирует прохождение практики, проводит консультации. Руководитель от предприятия определяет рабочее место студентов, организует ознакомительную экскурсию, содействует студентам в получении необходимой информации, контролирует соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил охраны труда, проверяет отчеты.

Перед началом практики во всех группах проводятся собрания, на которых студенты получают направление на практику, индивидуальные задания от руководителей, знакомятся с графиком и порядком прохождения практики.Непосредственно перед началом практики студенты проходят инструктаж по технике безопасности с работниками предприятия.

По результатам производственной практики студент составляет отчеты о выполнении плана работ в соответствии с программой практики, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении профессиональных компетенций профиля.

Вместе с отчетом студент предоставляет на выпускающую кафедру отзыв руководителя практики от организации – базы практики (с подписью,заверенной в общем отделе организации). Содержание отчета о практике должно полностью соответствовать программе практики, быть кратким, но полным, отражать умение студента применять на производстве теоретические знания, полученные в вузе.

По результатам практики студент должен собрать следующую информацию:

1. Сведения об объекте изучения (общие сведения, история создания, организационно-правовую форму предприятия; объем производства, номенклатуру, ассортимент продукции; имидж предприятия в глазах покупателя.

2. Анализ рынка и прогноз внешней маркетинговой среды (исследование общеэкономической конъюнктуры, основные макроэкономические показатели, состояние дел в отрасли; стратегический анализ рынка (данные для этого анализа подбираются в соответствии с методическими указаниями № 1005).

3. Организация маркетинговой деятельности (существующий на предприятии тип организационной структуры маркетинга, выполняемые функции, оценка элементов комплекса маркетинга; оценка и анализ выполнения плана маркетинга; организация информационных потоков;оценка эффективности деятельности службы маркетинга на предприятии).

.4. Маркетинговые коммуникации (МК). Характеристика и схематичное представление форм МК, используемых предприятием;описание целевой аудитории каждой формы МК и целей коммуникации; характеристика размера и структуры бюджета МК; форма реализации связей с общественностью (PR) и решаемые ими

задачи.

Программу практики студенты выполняют путем:

- общего ознакомления с предприятием и основными показателями его деятельности;
- ознакомления с работой соответствующих отделов и служб;
- беседами с рабочими, руководителями, специалистами, экспертами, маркетологами;
- самостоятельной работы с технической и экономической литературой, с отчетной документацией предприятия.

Сбор материалов для отчета может осуществляться в следующих отделах:

- отделмаркетинга;
- планово-экономический отдел;
- финансовый отдел;
- бухгалтерия;
- отдел кадров;
- отдел труда и заработной платы;
- производственно-технический отдел;
- отдел сбыта и логистики;
- в других экономических (технических) службахи посредством сети Интернет.

Отчет о производственной практике должен быть составлен и оформлен в организации, где его предварительно оценивает руководитель практики от предприятия.

Объем отчета – не менее 30 страниц. Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан через 1,5 интервала шрифтом 14 пт с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

Материалы отчета, представлены в форме, не соответствующей перечисленным требованиям, возвращаются студентам на доработку.

Обязательные элементы отчета располагаются в следующем порядке:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение.
4. Материалы по разделам программы практики.
5. Заключение.
6. Список литературы.

В заключении руководитель практики от организации должен дать отзыв о выполненной практикантом работе, о содержании собранного материала, дать практиканту характеристику, в которой необходимо отразить уровень его теоретических знаний и приобретенных практических навыков, охарактеризовать его деловые качества и организаторские способности, выставить общую оценку по практике (прил. 1).

По окончании практики студент представляет отчет на кафедру маркетинга научному руководителю практики от БГТУ им. В.Г. Шухова для проверки и защиты. Руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных программой практики.

На защите студент должен хорошо ориентироваться в содержании представленного отчета, отвечать на вопросы теоретического и практического харак-

тера. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики руководителя практики, умение профессионально и грамотно отвечать на вопросы, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы, умение анализировать документы, приложения к отчету.

Форма итогового контроля – дифференцированный зачет.

Отчет о практике оценивается по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе и неудовлетворительную оценку при защите отчета, либо не защитивший отчет в установленный срок, может быть отчислен из университета за академическую задолженность. В случае уважительной причины студент направляется на практику вторично, в свободное от учебы время.

Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

1. Назовите общую структуру организации, основные функции и задачи, решаемые организацией.
2. Какой организационно-управленческий опыт был приобретен в период практики?
3. Каким образом осуществляется взаимодействие между отделом маркетинга и другими службами внутри организации?
4. Охарактеризуйте методы управления, применяемые в данной организации
5. Назовите основные стратегические и тактические цели предприятия.
6. Опишите конкурентную среду предприятия.
7. Проведите оценку выбранной организацией стратегии поведения на рынке.
8. Расскажите о товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политиках предприятия на котором проходили производственную практику.
9. Опишите и дайте основную характеристику финансового состояния организации.
10. Виды стратегий ценообразования используемых на предприятии на котором проходили преддипломную практику.
11. Назовите наиболее и наименее эффективные технологии управления маркетингом.
12. Охарактеризуйте средства и методы достижения целей организации.
13. Дайте характеристику факторов, оказывающих негативное влияние на деятельность объекта практики.
14. Какие предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности вами были сделаны.
15. Охарактеризуйте основные конкурентные преимущества предприятия.
16. Что дает система оценки результативности маркетинга?
17. Охарактеризуйте цели, виды деятельности и организационно-правовую

форму объекта практики.

18. Назовите законодательные и нормативные документы, регламентирующие деятельность организации.

19. Раскройте организацию информационной системы объекта практики.

20. Назовите основные учредительные документы и локальные акты по организации управления деятельностью объекта практики.

21. Дайте характеристику внешних условий функционирования объекта практики.

22. Каким образом факторы маркетинговой среды оказывают влияние на деятельность предприятия?

23. Почему маркетинговые исследования являются важным этапом процесса управления маркетингом?

24. Дайте характеристику макро-, мезо- и микросреды функционирования предприятия.

25. Дайте характеристику основных сегментов рынка, потребительских предпочтений на рынке.

26. Опишите применяемые Вами методы анализа ассортимента. Какие были получены выводы.

27. Как маркетинговые результаты связаны с результатами деятельности предприятия?

28. Охарактеризуйте систему документооборота, внутренние документы, связанные с управлением деятельностью объекта практики.

29. Какие навыки и практические умения были приобретены в период прохождения практики?

30. Каковы существуют основные коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.).

31. Раскройте организацию и осуществление контроля за маркетинговой деятельностью

32. Раскройте организационную структуру управления объекта практики.

33. Расскажите о порядке предоставления отчетов о проведенной работе структурными подразделениями организации руководству.

34. Какие методы сбора маркетинговой информации Вы использовали при подготовке отчета по производственной практике?

35. Дайте характеристику результатов хозяйственной деятельности объекта практики за анализируемый период.

36. Опишите существующие рыночные риски для предприятия. Кто является основным целевым сегментов для данного предприятия, дайте характеристику.

37. Дайте характеристику результатов маркетинговой деятельности объекта практики за анализируемый период.

38. Какие Вами были сделаны выводы о маркетинговой деятельности предприятия на котором вы проходили производственную практику?

39. Охарактеризуйте эффективность коммуникационной политики организации.

40. Каковы прогнозные оценки выбранного вами проекта по совершенствованию деятельности организации.

Критерии оценивания результатов преддипломной практики:

Критерий оценивания	Зачтено (с оценкой «отлично»)	Зачтено (с оценкой «хорошо»)	Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)	Не зачтено (с оценкой «неудовлетворительно»
Оценивание выполнения программы практики. Содержание отзыва руководителя	Студент своевременно, качественно выполнил весь объем работы, предусмотренной программой практики, показал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала.Теоретическое задание соответствует теме, представленный материал полностью раскрывает тему задания, в работе сформулированы значимые выводы. Практическая часть выполнена в полном объеме.	Студентпоказывает полное знание учебного материала, допуская лишь мелкие неточности. Работа выполнена полностью. Теоретическое задание соответствует теме. Практическая часть выполнена в полном объеме. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям.	Студентвыполнил программу практики. Теоретическое задание в целом соответствует теме. Практическая часть выполнена с ошибками. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. В процессе работы не проявлял заинтересованности и самостоятельности.	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не способен самостоятельно выполнить практические задания, не выполнил программу практики в полном объеме.
Оценивание содержания и оформления отчета по практике	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Материал изложен грамотно, профессионально.	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. Материал излагает полно, но не всегда последовательно.	В оформлении отчета допущены неточности. Отчет носит описательный характер. Слабо владеет профессиональной терминологией.	Документы по практике не оформлены в соответствии с требованиями.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Бренд-менеджмент и его составляющие : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 134 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015102916501688500000659777

2. Инновационный маркетинг : методы и инструменты : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г.

Шухова, 2014. - 209 с.https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014121617255375300000656502

3. Конкурентоспособность промышленного предприятия в условиях импортозамещения : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; ред.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 170 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015101214484323900000655488

4. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга : учеб.пособие для студентов очной и заоч. форм обучения направления бакалавриата 080200 - Менеджмент профиля подгот. "Маркетинг" / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015.: https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015111312242385100000659785

5. Старикова, М. С. Теория и практика маркетинга : учеб.пособие для студентов направления бакалавриата 080002 - Менеджмент / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 320 с. (Экз. 58) / [Электронный ресурс] : https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040921153893869400001791

6. Старикова, М. С. Управление деловыми взаимодействиями промышленной корпорации : монография / М. С. Старикова, Е. Д. Щетинина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 134 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016061710241470800000659588

7. Трансформация моделей маркетингового взаимодействия : монография / М. С. Старикова [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 271 с. Экземпляры всего: 5

б) дополнительная литература:

1. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / Бердышев С.Н.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. 216— с. http://www.iprbookshop.ru/5996

2. Егорова М.М. Маркетинг: учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— С.: Научная книга, 2012. 159— с. http://www.iprbookshop.ru/6297

3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2009, 2010. - 814 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-469-00989-4 : Экземпляры всего: 6

4. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-drivenmanagement : учеб.для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ж. -Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. - 2-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2012. - 720 с. - ISBN 978-5-4237-02559-5 :Экземпляры всего: 15

Интернет ресурсы:

1) www.statsoft.ru (Официальный сайт российского представительства компании StatSoft)

2) www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики (Росстат) собирает и агрегирует всю официальную информацию, собираемую государственными службами и ведомствами. В Росстате можно получить подробную информацию по различным отраслям и регионам России.

3) http://www.marketing.spb.ru/ - Энциклопедия Маркетинга. Проект содержит большое количество аналитических материалов и описаний управленческих технологий в разделах «Маркетинг Менеджмент», «Маркетинговый анализ», «Маркетинговые коммуникации» и др.

4) http://marketing.rbc.ru/ - РосБизнесКонсалтинг. Проект РБК — «Исследования рынков» систематизирует маркетинговые исследования ведущих российских компаний о практически всех товарных рынках и услугах. Сейчас в базе данных компании хранится около 4500 исследований разных отраслевых рынков, а также бизнес-планов и рекомендаций.

10. Перечень информационных технологий

Для проведения собрания студентов и инструктажа – аудитория, оснащеннаясредствами звуковоспроизведения и мультимедийными комплексами дляпрезентаций.

Для успешного прохождения практики обучающимися и написания отчетарекомендуется использовать пакет программ:

1. СПС «КонсультантПлюс», договор № 22-15к от 01.06.2015
2. Microsoft Office 2013, договор № 31401445414 от 25.09.2014
3. Kaspersky Endpoint Center 10, лицензия № 17E0170707130320867250
4. MicrosoftWindows 7, договор №63-14к от 02.07.2014
5. MozillaFirefox, свободно распространяемое ПО согласно условиямлицензионного соглашения.

11. Материально-техническое обеспечение практики

Структурные подразделения хозяйствующего субъекта, обеспечивающие требования техники безопасности.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций студентов используется учебная аудитория УК№3, №408, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для составления отчета по производственной практики в аудитории, оснащеннойкомпьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации используются следующие программные продукты:

1. СПС «КонсультантПлюс», договор № 22-15к от 01.06.2015
2. MicrosoftOffice 2013, договор № 31401445414 от 25.09.2014
3. KasperskyEndpointCenter 10, лицензия № 17E0170707130320867250
4. MicrosoftWindows 7,договор №63-14к от 02.07.2014
5. MozillaFirefox свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения.

Для самостоятельной работы студентов используется читальный зал библиотекис возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик с изменениями

Программа практик с изменениями утверждена на 2017/2018учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «6» июня 2017г.

Добавить в Учебно-методическое и информационное обеспечение практики следующие издания:

В п. «а» основная литература добавить следующие издания:

1. Методические указания к прохождению преддипломной практики для студентов очной и заочной форм обучения направления бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент профиля подготовки «Маркетинг» / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. маркетинга ; сост.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 16 с.
2. Дубино, Н. В. Деловые коммуникации промышленного предприятия : учебное пособие для студентов заочной формы обучения с применением дистанционных технологий обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02 "Менеджмент" / Н. В. Дубино, Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 305 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016072813593593900000659713
3. Формирование и оценка конкурентных позиций предприятий промышленности : монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 228 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016051914122391300000657733
4. Щетинина, Е. Д. Стратегическая диагностика промышленного предприятия: проблемы и методы : монография / Е. Д. Щетинина, С. К. Кочина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 193 с. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016082613085819000000653662
5. Щетинина, Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия : учебное пособие для магистров направления 38.04.02 - Менеджмент профилей подготовки "Корпоративный маркетинг", "Стратегический менеджмент" / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016080115065357300000655811

В п. «б» дополнительная литература добавить следующие издания:

1. Кметь Е.Б. Управление маркетингом: учебник / Кметь Е.Б., Ким А.Г.— С.: Вузовское образование, 2016. 284 c. http://www.iprbookshop.ru/43373

Заведующий кафедрой _____ / Щетинина Е.Д. /
подпись, ФИО

Директор института _____ / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик без изменений
Программа практик без изменений утверждена на 2018/2019учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от «15» мая 2018г.

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

Приложение

ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ О РАБОТЕ СТУДЕНТА-ПРАКТИКАНТА

_____

(Ф.И.О. студента)

Студент(ка)_____курса проходил(а)_____практику

в_____ с_____по_____.

За время прохождения практики (*)____

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Оценка за работу в период прохождения практики:_____

Должность
Ф.И.О.
Руководителя практики
Дата

* в каком объеме выполнил(а) программу практики, с какой информацией ознакомился(лась), отношение к работе, взаимоотношение с коллективом и т.д.