

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Менеджмента и информатики  
Кафедра Маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института

Шапорова З.Е.  
" " 201\_\_ г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

Гыжикова Н.И.  
" " 201\_\_ г.



**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**  
по получению профессиональных умений и опыта профессиональной  
деятельности

ФГОС ВО

Направление подготовки **38.04.02 Менеджмент**

(код, наименование)

Программа **Маркетинг**

Курс 1

Семестр 2

Форма обучения очная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 201\_\_

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО и с учетом рекомендаций  
ПрОПП ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» программа  
«Маркетинг»

Составитель: Бордаченко Наталья Сергеевна, ст. преподаватель 

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 1 «5» 09  
20 16 г.

Зав. кафедрой Антамошкина Ольга Игоревна, к.т.н., профессор   
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Программа одобрена методической комиссией института экономики и  
управления АПК, протокол №     «   »            20     г.

Директор института Шапорова Зинаида Егоровна, к.э.н., доцент  
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

## Содержание

Аннотация .....	4
1. Цели и задачи производственной практики. Компетенции, формируемые в результате освоения .....	4
2. Место производственной практики в структуре ООП.....	5
3. Формы, место и время проведения производственной практики	6
4. Структура и содержание производственной практики .....	7
5. Образовательные технологии, используемые в производственной практике .....	8
6. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций .....	8
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики .....	8
8. Материально-техническое обеспечение производственной практики .....	11

## **Аннотация**

Производственная практика является частью блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа НИР» (Б2.П.1) для подготовки магистров по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг». Практика организуется в институте экономики и управления АПК кафедрой управления и маркетинга в АПК

Производственная практика нацелена на формирование общекультурных (ОК-1), общепрофессиональных (ОПК-3) и профессиональных (ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10) компетенций магистра. Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

### **1. Цели и задачи практики. Компетенции, формируемые в результате освоения**

**Цель производственной практики** магистров по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг» - подготовить магистров к самостоятельной работе на производстве.

#### **Задачи производственной практики:**

- приобрести практические навыки в анализе показателей экономической деятельности, определять тенденции развития предприятия;
- научиться анализировать организационную структуру предприятия с точки зрения ее рациональности и эффективности для выполнения маркетинговых функций;
- научиться проводить товарные исследования;
- уметь определять целевые сегменты рынка и разрабатывать для них маркетинговую стратегию;
- оценивать предприятия-конкуренты и товары-конкуренты;
- разрабатывать маркетинговые мероприятия и определять их эффективность;
- давать рекомендации по организации и совершенствованию маркетинговой деятельности

Полнота и степень детализации этих задач регламентируется в индивидуальном задании применительно к особенностям и возможностям конкретной базы практики, а также с учетом интересов будущего трудоустройства студентов.

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»):

*общекультурных:*

ОК-1 – способность к абстрактному мышлению, анализу и синтезу.

*общепрофессиональных:*

ОПК-3 – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость выбранной темы исследования

*профессиональных:*

ПК-7 – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

ПК-8 – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;

ПК-9 – способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;

ПК-10 – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

В результате прохождения производственной по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности магистр должен:

***знать:***

- практические приемы и методы организации маркетинговой деятельности на предприятии;

- методы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

***уметь:***

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;

- оценивать производственную и маркетинговую деятельность предприятия;

- разрабатывать мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия и оценивать их эффективность.

***владеть:***

- методами организации маркетинговой деятельности на предприятии.

## **2. Место производственной практики в структуре ООП**

Производственная практика является обязательным видом производственной работы магистра, входит в блок 2 «Практики в том числе научно-исследовательская работа НИР» ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг».

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности магистра в соответствии с ООП

базируется на основе полученных ранее знаний обучающихся по таким предметам как «Методология решения научных задач и проблем в маркетинге», «Методы исследований в менеджменте».

Производственная практика включает в себя как учебные занятия, так и самостоятельную работу магистра, которые ориентированы на его профессионально-практическую подготовку. Производственная практика имеет также логическую и содержательно-методическую связь с дисциплинами, формирующими профессиональные качества будущего магистра, создавая определенную основу для их успешного освоения. Прежде всего, это такие дисциплины, как «Стратегический и тактический инновационный маркетинг», «Конкурентный анализ товаров и рынков». Кроме того, навыки, полученные на занятиях по производственной практике, составляют определенную основу для написания магистерской диссертации.

### 3. Формы, место и время проведения производственной практики

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится на производственных предприятиях, преимущественно отрасли АПК в форме кабинетных исследований.

Места прохождения производственной практики определяются на основании заключенных договоров нахождение производственной практики.

Форма работы студента – ассистент или помощник маркетолога, маркетолог.

Производственная практика организуется во 2-м семестре (ее продолжительность составляет 216 часов).

### 4. Структура и содержание производственной практики

**Таблица 1 – Распределение трудоемкости производственной практики по видам работ и семестрам**

Вид производственной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 2	
<b>Общая трудоемкость производственной практики по учебному плану</b>	<b>6</b>	<b>216</b>	<b>216</b>	
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>1</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	
<b>Практические занятия (ПЗ)</b>	<b>5</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	
<b>Вид контроля: зачет с оценкой</b>	<b>зачет с оценкой</b>		<b>зачет с оценкой</b>	

**Таблица 2 – Тематический план**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике (в часах)	Формы контроля
1.	Подготовительный этап, включающий организационные мероприятия: - установочная лекция; - планирование практической работы	36	Представление плана практической работы
2.	Практический этап	180	
	- инструктаж по технике безопасности. Характеристика организации: название, миссия, приоритетные направления и пр.	12	Защита отчета
	- знакомство с организационной и производственной структурой предприятия /организации	16	
	- характеристика основных экономических показателей деятельности предприятия	36	
	- характеристика условий производства	12	
	- оценка маркетинговой деятельности предприятия на рынке (анализ рынка, анализ товарной политики предприятия, анализ ценовой политики, анализ сбытовой политики, анализ коммуникационной политики)	54	
	- анализ сильных и слабых сторон предприятия	16	
	- разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности и оценка их экономической эффективности	28	
3)	Подготовка и оформление отчета	6	

Программа практики является индивидуальной для каждого магистра. Она составляется совместно руководителем практики и магистром, с учетом места практики, профиля подготовки магистра и утверждается на заседании кафедры. Программа практики может быть ориентирована на конкретную учебную цель или на комплекс задач.



Производственная практика предполагает получение магистром практических навыков в сфере организации маркетинговой деятельности предприятия.

### **5. Образовательные технологии, используемые в производственной практике**

Во время прохождения практики с магистрами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и пр.).

### **6. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций**

Форма аттестации магистров по итогам прохождения производственной практики – зачет с оценкой, проводимый непосредственно после прохождения практики и сдачи отчета.

### **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики**

а) основная литература:

1. Бордаченко, Н.С. Организация производственной и маркетинговой деятельности / Н.С. Бордаченко; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2014. – 24 с.

2. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика / Т.С. Бронникова. - М.: КНОРУС, 2013. – 207 с.

3. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебник для бакалавров / М.Н. Григорьев. – 4-изд., доп. – М.: Юрайт. 2012. – 464 с.

б) дополнительная литература:

4. Основы маркетинга: практикум: учебное пособие / И.М. Синяева. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 362 с.

5. Основы маркетинга: краткий курс: [пер.с англ.] / Филип Котлер. – М.: Вильямс, 2010. – 646 с.

Интернет ресурсы:

<http://www.sostav.ru> - Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR», включает информацию об участниках рынка маркетинговых услуг, аналитическую информацию по рынкам товаров и услуг, информацию о выставках, конференциях.

[www.tns-global.ru](http://www.tns-global.ru)

[www.tnsgallupmedia.ru](http://www.tnsgallupmedia.ru)



### КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра

Управления и маркетинга в АПК

Направление подготовки: 38.04.02 «Менеджмент», программа «Маркетинг»

Дисциплина

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Количество студентов 10

Общая трудоемкость практики : аудиторные занятия 36 час.; практические занятия 180 час.;

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Кол-во экз. в вузе
					Печ.	Электр	Библ.	Метод. кабинет.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная литература										
Аудиторные занятия, практические занятия	Методические указания по прохождению производственной практики	Бордаченко, Н.С.	КГАУ	2014	+			+		110
	Маркетинг: теория, методика, практика	Бронникова, Т.С.	М.: КНОРУС	2013	+		+			12
	Маркетинг	Григорьев, М.Н.	М.: Юрайт	2012	+		+			12
	Маркетинг	Ким, С.А.	М.: "Дашков и К"	2010		+		+		ЭБС «Лань»
Дополнительная литература										
	Основы маркетинга	Котлер Ф.	М.: Вильямс	2010	+		+			1
	Основы маркетинга	Синяева, И.М.	М.: Вузовский учебник	2011	+		+			5
	Маркетинг	Годин, А.М.	М.: "Дашков и К"	2009		+	+	+		ЭБС «Лань»
	Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие	Дробышева, Л.А.	М.: "Дашков и К"	2009		+	+	+		ЭБС «Лань»

Зав. библиотекой \_\_\_\_\_

Председатель МК \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

института

## **8. Материально-техническое обеспечение производственной практики**

Средства мультимедиа, орг. техника (множительная, копировальная, компьютерная).

