

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

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Управления и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.
"19" 09 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.
"30" 09 2016 г.



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

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(шифр, название)

Профиль Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Курс 3

Семестр 6

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2016

Содержание

Аннотация	3
1. Цели и задачи производственной практики. Компетенции, формируемые в результате освоения	3
2. Место производственной практики в структуре ООП.....	4
3. Формы, место и время проведения производственной практики	5
4. Структура и содержание производственной практики	5
5. Образовательные технологии, используемые в производственной практике	7
6. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций	7
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики	7
8. Материально-техническое обеспечение производственной практики	9

Аннотация

Производственная практика является частью блока 2 «Практики» (Б2.П.1) для подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью». Практика организуется в институте экономики и управления АПК кафедрой управления и маркетинга в АПК

Производственная практика нацелена на формирование профессиональных (ПК-8, ПК-12, ПК-15, ПК-16) компетенций выпускника. Общая трудоемкость производственной практики составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

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

Цель производственной практики бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профиль «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» - подготовить студентов 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 и рекламных функций;
- научиться проводить товарные исследования;
- уметь определять целевые сегменты рынка и разрабатывать для них маркетинговую стратегию и стратегию продвижения;
- оценивать предприятия-конкуренты и товары-конкуренты;
- разрабатывать мероприятия по продвижению 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 профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»):

ПК-8 – способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

ПК-12 – способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;

ПК-15 - владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

ПК-16 -способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

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

знать:

- практические приемы и методы организации рекламной и маркетинговой деятельности на предприятии;
- методы оценки эффективности рекламной и маркетинговой деятельности предприятия.

уметь:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- оценивать рекламную и маркетинговую деятельность предприятия;
- давать рекомендации по совершенствованию рекламной и маркетинговой деятельности предприятия и оценивать их эффективность.

владеть:

- методами организации рекламной и маркетинговой деятельности на предприятии.

2. Место производственной практики в структуре ООП

Производственная практика является обязательным видом производственной работы бакалавра, входит в блок 2 «Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью».

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности бакалавра в соответствии с ООП базируется на основе полученных ранее знаний обучающихся по таким предметам как «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые

исследования и ситуационный анализ», «Организация протокольных мероприятий», «Основы маркетинга».

Производственная практика включает в себя как учебные занятия, так и самостоятельную работу студента, которые ориентированы на его профессионально-практическую подготовку. Производственная практика имеет также логическую и содержательно-методическую связь с дисциплинами, формирующими профессиональные качества будущего бакалавра, создавая определенную основу для их успешного освоения. Прежде всего, это такие дисциплины, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» и «Стратегический маркетинг». Кроме того, навыки, полученные на занятиях по производственной практике, составляют определенную основу для написания выпускной квалификационной работы.

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 и рекламных компаниях в форме кабинетных исследований.

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

Форма работы студента – ассистент или помощник маркетолога, маркетолог.

Производственная практика организуется в 6-м семестре (ее продолжительность составляет 324 часа).

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	
			№ 6	
Общая трудоемкость производственной практики по учебному плану	9	324	324	
Аудиторные занятия	1	36	36	
Практические занятия (ПЗ)	8	288	288	
Вид контроля:	зачет с оценкой		зачет с оценкой	

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	468	
	- инструктаж по технике безопасности. Характеристика организации: название, миссия, приоритетные направления и пр.	6	Защита отчета
	- знакомство с организационной и производственной структурой предприятия /организации	36	
	- характеристика основных экономических показателей деятельности предприятия	72	
	- характеристика условий производства	72	
	- оценка маркетинговой деятельности предприятия на рынке (анализ рынка, анализ товарной политики предприятия, анализ ценовой политики, анализ сбытовой политики, анализ коммуникационной политики)	156	
	- анализ сильных и слабых сторон предприятия	36	
	- разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой и рекламной деятельности	72	
3)	Подготовка и оформление отчета	18	

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

Производственная практика предполагает получение студентом практических навыков в сфере организации рекламной и маркетинговой деятельности предприятия.

5. Образовательные технологии, используемые в производственной практике

Во время прохождения практики со студентами 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 студентов 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

www.tnsgallupmedia.ru

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Управления и маркетинга в АПК Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Количество студентов 25

Общая трудоемкость практики : аудиторные занятия 36 час.; практические занятия 288 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	Дробышева, Л.А.	М.: "Дашков и К"	2009		+		+	+		ЭБС «Лань»	

8. Материально-техническое обеспечение производственной практики

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

Лист регистрации изменений

Номер измене- ния	Номер листа			Дата внесения измене- ния	Дата введения измене- ния в действие	Всего листов в докумен- те	Подпись, ответственно- го за внесение изменений
	изменен -ного	ново- го	изъя- того				