

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.
"22" 09 2016 г.

УТВЕРЖАЮ:
Ректор Пьяжикова Н.И.
"23" 09 2016 г.



ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
учебно-ознакомительная

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(шифр, название)

Профиль Маркетинг

Курс 1

Семестр 2

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2016

Содержание

Аннотация	4
1. Цели и задачи учебной практики. Компетенции, формируемые в результате освоения	4
2. Место учебной практики в структуре ООП.....	5
3. Формы, место и время проведения учебной практики	6
4. Структура и содержание учебной практики	6
5. Образовательные технологии, используемые в учебной практике	7
6. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций	7
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики	7
8. Материально-техническое обеспечение учебной практики	10

Аннотация

Учебная практика (учебно-ознакомительная) является частью блока 2 «Практики» (Б2.У.2) для подготовки студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Практика организуется в институте экономики и управления АПК кафедрой управления и маркетинга в АПК.

Учебная практика нацелена на формирование общекультурных (ОК-3, ОК-5, ОК-6), общепрофессиональных (ОПК-4) и профессиональных (ПК-2) компетенций выпускника. Общая трудоемкость учебной практики составляет 108 часов (2 недели).

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

Цель учебной практики (учебно-ознакомительной) бакалавров по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Маркетинг» - дать студенту наиболее общее представление о работе специалиста по маркетингу.

Задачи учебной (учебно-ознакомительной) практики:

- освоение студентами первичных общекультурных общепрофессиональных и профессиональных компетенций по избранному направлению подготовки;

- ознакомление с основными направлениями деятельности специалиста по маркетингу;

- формирование основных требований, предъявляемых к профессиональным знаниям и умениям специалиста по маркетингу;

- изучение библиографии по основным проблемам теории и практики маркетинга.

Процесс прохождения учебной (учебно-ознакомительной) практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг»:

общекультурных:

ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ОК-5 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК-6 - способность к самоорганизации и самообразованию.

общепрофессиональных:

ОПК-4 - способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

профессиональных:

ПК-2 – владение различными 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 прохождения учебной (учебно-ознакомительной) практики студент должен:

знать:

- основные направления деятельности специалиста по маркетингу;
- основные профессиональные требования, предъявляемые к специалисту по маркетингу;
- основные функции, выполняемые специалистом по маркетингу.

уметь:

- выявлять и анализировать проблемы в сфере маркетинга;
- работать с литературными источниками;
- осуществлять деловое общение.

владеть:

- навыками работы с литературой;
- навыками общения с представителями маркетинговых структур предприятия.

2. Место учебной практики в структуре ООП

Учебная практика (учебно-ознакомительная) является обязательным видом учебной работы бакалавра, входит в раздел «Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Учебная практика (учебно-ознакомительная) бакалавра в соответствии с ОПОП базируется на основе полученных ранее знаний обучающихся по таким предметам как «Этика профессиональной деятельности», «Творческое решение управленческих задач», «Деловые коммуникации».

Учебная практика (учебно-ознакомительная) включает в себя как учебные занятия, так и самостоятельную работу студента.

Учебная практика (учебно-ознакомительная) 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 «Маркетинг», «Организация производственной и маркетинговой деятельности», «Современные проблемы маркетинга». Кроме того, навыки, полученные на занятиях по учебной (учебно-ознакомительной) практике, составляют определенную основу для прохождения производственной практики.

3. Формы, место и время проведения учебной практики

Учебная практика (учебно-ознакомительная) проводится в форме выездных экскурсионных занятий (коллективное посещение производственных предприятий и коммерческих организаций, имеющих службы маркетинга под руководством руководителя практики), а также в форме кабинетных исследований при написании эссе по одной из выбранных тем.

Места прохождения учебной (учебно-ознакомительной) практики определяются выпускающей кафедрой.

4. Структура и содержание учебной практики

Таблица 1 – Распределение трудоемкости учебной практики по видам работ и семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 2	
Общая трудоемкость учебной практики по учебному плану	3	108	108	
Аудиторные занятия	0,5	18	18	
Практические занятия (ПЗ)	1,5	90	90	
Вид контроля:	зачет		зачет	

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 (профессия маркетолог); - планирование практической работы (определение базы практики, графика посещения, выбор темы эссе)	4	
2.	Практический этап (ознакомительные экскурсии на предприятия города)	90	

3)	Написание эссе	14	Зачет
----	----------------	----	-------

Программа практики является общей для всех студентов.

Учебная практика (учебно-ознакомительная) предполагает первоначальное знакомство студента со своей будущей профессией в рамках установочной лекции и ознакомительной экскурсии на предприятия (в организации).

Вторая часть практики состоит в написании эссе по следующим темам:

1. Моя будущая профессия – маркетолог.
2. Хочу стать маркетологом.
3. Маркетинг: за и против.
4. Профессиональные навыки маркетолога.
5. Я и маркетинг.
6. Умение работать в команде – одно из главных навыков маркетолога.
7. Коммуникативные способности маркетолога – коммерческий успех фирмы.
8. Повседневный маркетинг.
9. Социальная ответственность в маркетинге.
10. Этика и критика маркетинга.

5. Образовательные технологии, используемые в учебной 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 учебной практики – зачет, проводимый непосредственно после написания и защиты эссе.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

а) основная литература:

1. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика / т.Т.С. Бронникова. - М.: КНОРУС, 2013. – 207 с.
2. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учебник для бакалавров / М.Н. Григорьев. – 4-изд., доп. – М.: Юрайт. 2012. – 464 с.

б) дополнительная литература:

4. Алексунин, В.А. Маркетинговые коммуникации: практикум / В.А. Алексунин. - М.: Дашков и К, 2011. – 193 с.

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

<http://www.creatiff.ru> - Портал содержит обзоры рекламных кампаний, авторская аналитика, истории о создании рекламы, ошибки в рекламе, юмор, статьи.

<http://www.raso.ru> – Российская ассоциация по связям с общественностью. Российский PR портал.

www.tns-global.ru

www.tnsgallupmedia.ru

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Управления и маркетинга в АПК Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Дисциплина Учебная практика (учебно-ознакомительная) Количество студентов 25

Общая трудоемкость практики : аудиторные занятия 18 час.; практические занятия 90 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	Маркетинг: теория, методика, практика	Бронникова, Т.С.	М.: КНОРУС	2013	+		+			12
	Маркетинг	Григорьев, М.Н.	М.: Юрайт	2012	+		+			12
	Основы маркетинга	Морозов, Ю.В.	М.: Дашков и К	2011		+	+			ЭБС «Лань»
	Маркетинг	Годин, А.М.	М.: Дашков и К	2009		+	+			ЭБС «Лань»
Дополнительная литература										
	Маркетинговые коммуникации	Алексунин, В.А.	М.: Дашков и К	2011	+		+			1
	Основы маркетинга	Синяева, И.М.	М.: Вузовский учебник	2011	+		+			5
	Маркетинговые коммуникации	Синяева, И.М. и др.	М.: Дашков и К	2011		+	+			ЭБС «Лань»

8. Материально-техническое обеспечение учебной 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				