

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 Шапброва З.Е.
"22" 09 2016 г.



УТВЕРЖДАЮ
Ректор Быжикова Н.И.
"23" 09 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(шифр, название)

Профиль Маркетинг

Курс 3

Семестр 6

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2016

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
...	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» (Б2.П.1) 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

Производственная практика нацелена на формирование общекультурных (ОК-3, ОК-5), общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-6) и профессиональных (ПК-5, ПК-8, ПК-9, ПК-16, ПК-18) компетенций выпускника. Общая трудоемкость производственной практики составляет 14 зачетных единиц, 504 часа.

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

Цель производственной практики бакалавров по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Маркетинг» - 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 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 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»):

общекультурных:

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

ОК-5 – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

общепрофессиональных:

ОПК-1 – владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

ОПК-6 – владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

профессиональных:

ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

ПК-5 – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

ПК-8 - владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;

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;

ПК-16 – владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов;

ПК-18 - владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

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

знать:

- практические приемы и методы организации производственной и маркетинговой деятельности на предприятии;

- методы оценки эффективности производственной и маркетинговой деятельности предприятия.

уметь:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;

- оценивать производственную и маркетинговую деятельность предприятия;

- давать рекомендации по совершенствованию производственной и маркетинговой деятельности предприятия и оценивать их эффективность.

владеть:

- методами организации производственной 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 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

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 «Маркетинг», «Современные проблемы маркетинга», «Организация производственной и маркетинговой деятельности».

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 «Анализ производственной и маркетинговой деятельности», «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 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 504 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	14	504	504	
Аудиторные занятия	1	36	36	
Практические занятия (ПЗ)	13	468	468	
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	Защита отчета
	- инструктаж по технике безопасности. Характеристика организации: название, миссия, приоритетные направления и пр.	6	
	- 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 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 производственной 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: 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Дисциплина Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Количество студентов 25

Общая трудоемкость практики : аудиторные занятия 36 час.; практические занятия 468 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"	2099		+	+	+			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				