

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.

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



ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
преддипломная

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(шифр, название)

Профиль Маркетинг

Курс 4

Семестр 8

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.....	7
3. Формы, место и время проведения учебной практики	7
4. Структура и содержание учебной практики	8
5. Образовательные технологии, используемые в учебной практике	9
6. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций	9
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики	9
8. Материально-техническое обеспечение учебной практики	12

Аннотация

Производственная практика (преддипломная) является частью цикла 2 «Практики» 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 (преддипломная) нацелена на формирование общекультурных (ОК-3), общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3) и профессиональных (ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-13, ПК-15, ПК-17, ПК-18) компетенций выпускника.

Общая трудоемкость производственной практики (преддипломная) составляет 6 зачетных единиц, 216 часов (4 недели).

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

Целью производственной практики (преддипломная) бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» является углубление практических умений и навыков в реальной экономической среде на основе теоретических знаний, закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения профильных дисциплин, а также сбор, систематизация и обобщение практического материала в т.ч. для использования в выпускной квалификационной работе.

Задачами производственной практики (преддипломная) бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» являются:

- налаживание связей с различными сегментами внешней среды;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативно-технических документов для решения конкретных задач маркетинга на месте прохождения практики;
- анализ состояния маркетинговой деятельности организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка;
- анализ конкретной проблемной области в сфере маркетинга в ходе выполнения выпускной квалификационной работы;
- изучение нормативных и методических материалов, фундаментальной и периодической литературы по вопросам, разрабатываемым в выпускной квалификационной работе;
- анализ деятельности организации по направлению, соответствующему теме выпускной квалификационной работы, разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

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 (преддипломной) 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.

общепрофессиональных:

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

ОПК-2 - способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

ОПК-3 - способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

профессиональных:

ПК-3 - владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

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

ПК-6 - способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

ПК-7 - владеть навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

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

ПК-9 - способность 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-10 - владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

ПК-11 - владеть навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

ПК-13 - уметь моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

ПК-15 - уметь проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

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

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики студент должен:

знать:

- практические приемы и методы работы специалистов по маркетингу;
- подходы к осуществлению оперативного планирования и оперативного контроля за маркетинговой деятельностью;
- правила и алгоритмы подготовки проектной и сопутствующей документации в сфере маркетинга.

уметь:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- готовить к выпуску материалы в сфере маркетинга;
- осуществлять оперативное планирование в сфере маркетинга.

владеть:

- методами оценки эффективности маркетинговой деятельности;
- методами планирования в сфере маркетинга;
- алгоритмами подготовки проектной и сопутствующей документации в сфере маркетинга.

2. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ООП

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

Производственная практика (преддипломная) базируется на знании стратегии и технологии маркетинга, менеджмента и является важной составляющей для дальнейшего формирования профессиональных компетенций.

Производственная практика (преддипломная) включает в себя как учебные занятия, так и самостоятельную работу студента, которые ориентированы на его профессионально-практическую подготовку. Кроме того, навыки, полученные на производственной (преддипломной) практики, составляют определенную основу для написания выпускной квалификационной работы.

3. Формы, место и время проведения производственной (преддипломной) практики

Форма практики – производственная.

Места прохождения производственной (преддипломной) практики определяются выпускающей кафедрой.

Форма работы студента – ассистент или помощник маркетолога.

Производственная практика (преддипломная) организуется в 8-м семестре (ее продолжительность составляет 4 недели (216 часов).

4. Структура и содержание производственной практики

Таблица 1 – Распределение трудоемкости производственной (преддипломной) практики по видам работ и семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
				№8
Общая трудоемкость учебной практики по учебному плану	6			216
Аудиторные занятия	0,5			18
Практические занятия (ПЗ)	5,5			198
Вид контроля:	зачет зачет с оценкой			зачет с оценкой

Таблица 2 – Тематический план

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике (в часах)	Формы контроля
1.	<i>Подготовительный этап</i> , включающий организационные мероприятия: - установочная лекция; - планирование практической работы; - инструктаж по технике безопасности	18	Представление плана практической работы
2.	<i>Практический этап</i> - прохождение практики на предприятии (выполнение задания, сбор, обработка и анализ полученной информации, сбор, обработка и систематизация специальной литературы).	180	Отметка в календарный план
3.	<i>Итоговый этап</i> - подготовка и защита отчета по практике	18	
		18	Защита отчета

Программа производственной практики (преддипломная) 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 (преддипломная практика) предполагает получение студентом практических навыков в сфере маркетинга в конкретной организации.

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 (преддипломной) – зачет с оценкой, проводимый в форме защиты отчета.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

а) основная литература:

1. Антамошкина, О.И. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью: метод. Указания по выполнению выпускной квалификационной работы и прохождению преддипломной практики / О.И. Антамошкина, О.А. Незамова; Краснояр.гос.аграр.ун-т. – Красноярск, 2012. – 31 с.

2. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика / тТ.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. Алексунин, В.А. Маркетинговые коммуникации: практикум / В.А. Алексунин. - М.: Дашков и К, 2011. – 193 с.

5. Шапиро, С.А. Организационные коммуникации в целях эффективной работы компании. Учебно-практическое пособие / С.А. Шапиро. – М.: Гросс Медиа: РОСБУХ, 2007. – 336 с.

6. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике:

учебное пособие: [для студентов вузов, обучающихся по направлению специальности «Связи с общественностью»] / Ф.И. Шарков; Междунар.акад.бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К⁰, 2011. – 332 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.

<http://www.4p.ru> – Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг.

<http://www.e-xecutive.ru> - Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу.

<http://www.marketing.spb.ru> - Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу.

<http://www.cfin.ru> - Портал об управленческом менеджменте, консалтинге и маркетинге. 31.
<http://marketing.rbc.ru> - Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов.

<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.elitarium.ru> - Центр дистанционного бизнес-образования предлагает статьи ведущих специалистов в различных областях знания, в том числе и маркетинга.

<http://www.marketology.ru> - Сайт Гильдии маркетологов включает аналитическую информацию о рынках товаров и услуг, информацию о конференциях и семинарах статьи, интервью, результаты исследований.

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

<http://www.b2bm.biz> - Портал посвящен рынку организаций.

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 (преддипломная) Количество студентов 25

Общая трудоемкость практики : аудиторные занятия 18 час.; практические занятия 198 час.;

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе	
					Печ.	Электр.	Библ.	Кафедра			
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12	
Основная литература											
Аудиторные занятия, практические занятия	Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы и прохождению преддипломной практики	Антамошкина, О.И., Незамова, О.А.	КГАУ	2012				+		110	
	Маркетинг: теория, методика, практика	Бронникова, Т.С.	М.: КНОРУС	2013			+			12	
	Маркетинг	Григорьев, М.Н.	М.: Юрайт	2012			+			12	
	Дополнительная литература										
	Маркетинговые коммуникации	Алексунин, В.А.	М.: Дашков и К	2011			+				1
	Организационные коммуникации в целях эффективной работы компании	Шапиро, С.А.	М.: Гросс Медиа: РОСБУХ	2007	+			+			1
	Интегрированные коммуникации	Шарков, Ф.И.	М.: Дашков и К ⁰	2011	+		+				1

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				