

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики и
менеджмента

Ю.А. Дорошенко
« 17 » 06 2016 г.

Программа практики

Производственная практика

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки
Маркетинг

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра маркетинга

Белгород2016

Программа составлена на основании требований:

Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль Маркетинг (уровень бакалавриата), утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 7;

Плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2016 году.

Составитель (составители) д.э.н., проф.  (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
маркетинга
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

« 14 » 06 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

« 14 » 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией
Института экономики и менеджмента

« 16 » 06 2016 г., протокол № 10

Председатель: к.э.н., проф.  (В. В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. Вид практики: производственная практика.

2. Тип практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

3. Способы проведения практики: стационарная; выездная.

4. Формы проведения практики: в структурных подразделениях предприятий и организаций в форме групповых и индивидуальных консультаций, ознакомительных экскурсий.

5. Способы планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Формируемые компетенции		Требования к результатам обучения	
№	Код компетенции		
Профессиональные			
1	ПК-5	Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: принципы взаимосвязи функциональных стратегий компании Уметь: анализировать содержание и особенности функциональных стратегий и готовить предложения по повышению эффективности их взаимосвязи. Владеть: технологией разработки функциональных стратегий и методами формирования сбалансированных управленческих решений.
2	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	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: специфику и формы макроэкономического воздействия на предприятия, организации различных отраслей народного хозяйства, а также органов государственного и муниципального управления, методы его оценки и прогнозирования Уметь: осуществлять расчет рыночных рисков; прогнозировать и рассчитывать вероятностную меру рисков с использованием различных методов, анализировать потребительское поведение, анализировать конкурентную среду Владеть: навыками анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, рыночных рисков, потребительской

			удовлетворенности и поведения потребителей, конкурентной среды.
3	ПК-11	Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных Уметь: владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов Владеть: методами анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, методами применения средств программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

6. Место практики в структуре образовательной программы.

Производственная практика относится к Блоку 2 «Практики» (Б2.БП.01), который в полном объеме относится к вариативной части ОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования – бакалавриат) и логически (по срокам и содержанию дисциплин учебного плана) увязана с основными дисциплинами направленности (профиля) подготовки: Маркетинг.

Производственная практика бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» при подготовке к организационно-управленческой и экономической профессиональной деятельности базируется на основании соответствующих дисциплин: Базовые информационно-коммуникационные технологии, Маркетинг, Документирование управленческой деятельности, Стратегический менеджмент, Макроэкономика, Управление качеством и конкурентоспособностью, Поведение потребителей, Информационные системы маркетинга, Маркетинговые исследования и анализ, Институциональная среда менеджмента, Анализ макроэкономической среды, Стратегия и тактика бизнеса, Учебная практика.

В результате изучения перечисленных дисциплин и для начала прохождения производственной практики обучающийся должен:

Знать:

- основные нормативные правовые документы;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;

- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основы маркетинга (философию, концепцию, сущность, закономерности, принципы, методы анализа внешней среды, оценку конъюнктуры рынка, методы анализа структурных элементов комплекса маркетинга);

- бизнес-процессы в сфере маркетинга и роль в них линейных менеджеров и специалистов по маркетингу;

- особенности поведения потребителей на рынке;
- методы и способы проведения маркетинговых исследований;
- основные аспекты анализа макроэкономической среды.

Уметь:

- разрабатывать и реализовывать мероприятия по совершенствованию организации;

- разрабатывать и реализовывать программы развития предприятия;

- использовать различные методы оценки конкурентоспособности предприятия;

- проводить маркетинговые исследования рынка;

- разрабатывать стратегию и тактику рыночной деятельности компании;

- разрабатывать программы проведения текущего, оперативного и стратегического анализа;

- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать пути повышения их эффективности;

- применять полученные знания в конкретных ситуациях, предлагать способы решения проблем и оценивать ожидаемые результаты, систематизировать и обобщать информацию.

Владеть:

- методами разработки и реализации стратегических бизнес-единиц;

- методами планирования производственной деятельности;

- навыками разработки и внедрения рекламных продуктов.

- методами оценки экономической эффективности мероприятий

по совершенствованию маркетинговой деятельности организации;

- технологиями проведения технико-экономического и маркетингового анализа;

- методами и инструментами маркетинговых исследований и анализа рынка;

- инструментами информационной системы маркетинга для решения стратегических и текущих задач.

Производственная практика носит предшествующий характер для преддипломной практики, а также для таких дисциплин как: Управление цепями поставок, Ценообразование в маркетинге; Технология рекламы и PR; Маркетинговый консалтинг; Коммерческая деятельность; Отраслевой маркетинг; Оценка эффективности маркетингового проекта; Маркетинговый аутсорсинг; Стратегия и тактика бизнеса; Маркетинг территорий; Бренд-менеджмент; Управление продуктовым портфелем; Маркетинговое планирование и аудит; Маркетинговый контроллинг; Статистика и

прогнозирование рынка; Электронная торговля; Управление маркетингом; Управление партнерскими отношениями.

7. Структура и содержание практики производственной

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Производственная практика – 4 семестр, 3 зачетные единицы, 108 часов.

Производственная практика – 6 семестр, 3 зачетных единиц, 108 часов.

4 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	<i>Подготовительный</i>	Собрание по производственной практике
		Получение документации для прохождения практики (направления, договора, программы практики)
		Инструктаж руководителем практики от университета
2.	<i>Исследовательский</i>	Получение общих сведений об организации
		Изучение основных характеристик организации.
		Анализ организационной структуры предприятия.
		Анализ корпоративной культуры предприятия.
		Анализ и диагностика хозяйственной деятельности предприятия
		Изучение и анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии
3.	<i>Аналитический</i>	Изучение и анализ нормативно-правовой, методической и регламентационной документации
		Обработка полученной на предыдущем этапе информации
		Обобщение результатов обработки (формулировка выводов)
4.	<i>Завершающий</i>	Разработка предложений по решению выявленных проблем
		Сбор документов, отзыва от руководителя практики от организации
		Подготовка презентационных материалов по итогам практики
		Сдача отчета на кафедре

6 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	<i>Подготовительный</i>	Собрание по производственной практике
		Получение документации для прохождения практики (направления, договора, программы практики)
		Инструктаж руководителем практики от университета
2.	<i>Исследовательский</i>	Получение общих сведений об организации
		Изучение основных характеристик организации.
		Анализ и оценка имиджа предприятия и технико-экономических показателей

		Анализ внешней маркетинговой среды
		Оценка конъюнктуры товарного рынка
		Изучение и анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии
		Оценка структурных элементов комплекса маркетинга на предприятии
		Оценка маркетинговой информационной системы предприятия
		Анализ и оценка маркетинговых коммуникаций на предприятии
		Оценка эффективности деятельности службы маркетинга на предприятии
3.	<i>Аналитический</i>	Обработка полученной на предыдущем этапе информации
		Обобщение результатов обработки (формулировка выводов)
		Разработка предложений по решению выявленных проблем
4.	<i>Завершающий</i>	Сбор документов, отзыва от руководителя практики от организации
		Подготовка презентационных материалов по итогам практики
		Сдача и защита отчета на кафедре

8. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Цель практики – закрепление полученных знаний по управлению маркетингом на предприятии, изучение реально существующей системы организации маркетинговой деятельности на предприятии, маркетинговых коммуникаций и рыночных процессов.

Практика проводится на базе организаций, имеющих маркетинговые центры, коммерческие и маркетинговые отделы.

Руководство практикой осуществляет преподаватель кафедры и работник базового предприятия. Руководитель от университета, посещая предприятие, контролирует прохождение практики, проводит консультации. Руководитель от предприятия определяет рабочее место студентов, организует ознакомительную экскурсию, содействует студентам в получении необходимой информации, контролирует соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил охраны труда, проверяет отчеты.

Перед началом практики во всех группах проводятся собрания, на которых студенты получают направление на практику, индивидуальные задания от руководителей, знакомятся с графиком и порядком прохождения практики. Непосредственно перед началом практики студенты проходят инструктаж по технике безопасности с работниками предприятия.

По результатам производственной практики студент составляет отчеты о выполнении плана работ в соответствии с программой практики, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении профессиональных компетенций профиля.

Вместе с отчетом студент предоставляет на выпускающую кафедру отзыв руководителя практики от организации – базы практики (с подписью, заверенной в общем отделе организации). Содержание отчета о практике должно полностью соответствовать программе практики, быть кратким, но полным, отражать умение студента применять на производстве теоретические знания, полученные в вузе.

По результатам практики студент должен собрать следующую информацию:

1. Сведения об объекте изучения (общие сведения, история создания, организационно-правовую форму предприятия; объем производства, номенклатуру, ассортимент продукции; имидж предприятия в глазах покупателя).

2. Анализ рынка и прогноз внешней маркетинговой среды (исследование общеэкономической конъюнктуры, основные макроэкономические показатели, состояние дел в отрасли; стратегический анализ рынка (данные для этого анализа подбираются в соответствии с методическими указаниями № 1005).

3. Организация маркетинговой деятельности (существующий на предприятии тип организационной структуры маркетинга, выполняемые функции, оценка элементов комплекса маркетинга; оценка и анализ выполнения плана маркетинга; организация информационных потоков; оценка эффективности деятельности службы маркетинга на предприятии).

4. Маркетинговые коммуникации (МК). Характеристика и схематичное представление форм МК, используемых предприятием; описание целевой аудитории каждой формы МК и целей коммуникации; характеристика размера и структуры бюджета МК; форма реализации связей с общественностью (PR) и решаемые ими задачи.

Программу практики студенты выполняют путем:

- общего ознакомления с предприятием и основными показателями его деятельности;
- ознакомления с работой соответствующих отделов и служб;
- беседами с рабочими, руководителями, специалистами, экспертами, маркетологами;
- самостоятельной работы с технической и экономической литературой, с отчетной документацией предприятия.

Сбор материалов для отчета может осуществляться в следующих отделах:

- отдел маркетинга;
- планово-экономический отдел;
- финансовый отдел;
- бухгалтерия;
- отдел кадров;
- отдел труда и заработной платы;
- производственно-технический отдел;
- отдел сбыта и логистики;
- в других экономических (технических) службах посредством сети Интернет.

Отчет о производственной практике должен быть составлен и оформлен в организации, где его предварительно оценивает руководитель практики от предприятия.

Объем отчета – не менее 30 страниц. Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан через 1,5 интервала шрифтом 14 пт с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

Материалы отчета, представленные в форме, не соответствующей перечисленным требованиям, возвращаются студентам на доработку.

Обязательные элементы отчета располагаются в следующем порядке:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение.
4. Материалы по разделам программы практики.
5. Заключение.
6. Список литературы.

В заключении руководитель практики от организации должен дать отзыв о выполненной практикантом работе, о содержании собранного материала, дать практиканту характеристику, в которой необходимо отразить уровень его теоретических знаний и приобретенных практических навыков, охарактеризовать его деловые качества и организаторские способности, выставить общую оценку по практике (прил. 1).

По окончании практики студент представляет отчет на кафедру маркетинга научному руководителю практики от БГТУ им. В.Г. Шухова для проверки и защиты. Руководитель выявляет, насколько полно и глубоко студент изучил круг вопросов, определенных программой практики.

На защите студент должен хорошо ориентироваться в содержании представленного отчета, отвечать на вопросы теоретического и практического характера. При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание характеристики руководителя практики, умение профессионально и грамотно отвечать на вопросы, правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы, умение анализировать документы, приложения к отчету.

Форма итогового контроля – дифференцированный зачет.

Отчет о практике оценивается по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе и неудовлетворительную оценку при защите отчета, либо не защитивший отчет в установленный срок, может быть отчислен из университета за академическую задолженность. В случае уважительной причины студент направляется на практику вторично, в свободное от учебы время.

Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

- 1) Охарактеризуйте средства и методы достижения целей организации.
- 2) Дайте характеристику результатов маркетинговой деятельности объекта практики за анализируемый период.
- 3) Назовите общую структуру организации, основные функции и задачи, решаемые организацией.

- 4) Каким образом осуществляется взаимодействие между отделом маркетинга и другими службами внутри организации?
- 5) Раскройте организацию и осуществление контроля за маркетинговой деятельностью
- 6) Раскройте организационную структуру управления объекта практики.
- 7) Охарактеризуйте эффективность коммуникационной политики организации.
- 8) Охарактеризуйте методы управления, применяемые в данной организации
- 9) Назовите наиболее и наименее эффективные технологии управления маркетингом.
- 10) Расскажите о порядке предоставления отчетов о проведенной работе структурными подразделениями организации руководству.
- 11) Какой организационно-управленческий опыт был приобретен в период практики?
- 12) Расскажите о товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политиках предприятия на котором проходили производственную практику.
- 13) Назовите основные стратегические и тактические цели предприятия.
- 14) Опишите применяемые Вами методы анализа ассортимента. Какие были получены выводы.
- 15) Какие Вами были сделаны выводы о маркетинговой деятельности предприятия на котором вы проходили производственную практику?
- 16) Как маркетинговые результаты связаны с результатами деятельности предприятия?
- 17) Что дает система оценки результативности маркетинга?
- 18) Дайте характеристику внешних условий функционирования объекта практики.
- 19) Каким образом факторы маркетинговой среды оказывают влияние на деятельность предприятия?
- 20) Дайте характеристику факторов, оказывающих негативное влияние на деятельность объекта практики.
- 21) Проведите оценку выбранной организацией стратегии поведения на рынке.
- 22) Дайте характеристику основных сегментов рынка, потребительских предпочтений на рынке.
- 23) Почему маркетинговые исследования являются важным этапом процесса управления маркетингом?
- 24) Какие методы сбора маркетинговой информации Вы использовали при подготовке отчета по производственной практике?
- 25) Охарактеризуйте основные конкурентные преимущества предприятия.
- 26) Дайте характеристику макро-, мезо- и микросреды функционирования предприятия.
- 27) Каковы существуют основные коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.).
- 28) Опишите существующие рыночные риски для предприятия. Кто является основным целевым сегментом для данного предприятия, дайте характеристику.
- 29) Опишите конкурентную среду предприятия.
- 30) Охарактеризуйте систему документооборота, внутренние документы,

связанные с управлением деятельностью объекта практики.

31) Какие навыки и практические умения были приобретены в период прохождения практики?

32) Охарактеризуйте цели, виды деятельности и организационно-правовую форму объекта практики.

33) Раскройте организацию информационной системы объекта практики.

34) Назовите основные учредительные документы и локальные акты по организации управления деятельностью объекта практики.

35) Назовите законодательные и нормативные документы, регламентирующие деятельность организации.

Критерии оценки отчета

Критерий оценивания	Зачтено (с оценкой «отлично»)	Зачтено (с оценкой «хорошо»)	Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)	Не зачтено (с оценкой «неудовлетворительно»)
Оценивание выполнения программы практики. Содержание отзыва руководителя	Студент своевременно, качественно выполнил весь объем работы, предусмотренной программой практики, показал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала. Теоретическое задание соответствует теме, представленный материал полностью раскрывает тему задания, в работе сформулированы значимые выводы. Практическая часть выполнена в полном объеме.	Студент показывает полное знание учебного материала, допуская лишь мелкие неточности. Работа выполнена полностью. Теоретическое задание соответствует теме. Практическая часть выполнена в полном объеме. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям.	Студент выполнил программу практики. Теоретическое задание в целом соответствует теме. Практическая часть выполнена с ошибками. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. В процессе работы не проявлял заинтересованности и самостоятельности.	Студент владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике, не способен самостоятельно выполнить практические задания, не выполнил программу практики в полном объеме.
Оценивание содержания и оформления отчета по практике	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Материал изложен грамотно, профессионально.	Отчет по практике выполнен в полном объеме и в соответствии с требованиями. Оформление заданий в целом соответствует предъявляемым требованиям. Материал излагает полно, но не всегда последовательно.	В оформлении отчета допущены неточности. Отчет носит описательный характер. Слабо владеет профессиональной терминологией.	Документы по практике не оформлены в соответствии с требованиями.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Бренд-менеджмент и его составляющие : монография / Е. Д. Щетина [и др.] ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 134 с.
<https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015102916501688500000659777>

2. Дубино, Н. В. Деловые коммуникации промышленного предприятия : учебное пособие для студентов заочной формы обучения с применением дистанционных технологий обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02 "Менеджмент" / Н. В. Дубино, Е. Д. Щетина, М. С. Старикова. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 305 с.
<https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016072813593593900000659713>

3. Инновационный маркетинг : методы и инструменты : монография / Е. Д. Щетина [и др.] ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 209 с.

<https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014121617255375300000656502>

4. Конкуренентоспособность промышленного предприятия в условиях импортозамещения : монография / Е. Д. Щетинина [и др.] ; ред.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 170 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015101214484323900000655488>

5. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга : учеб. пособие для студентов очной и заоч. форм обучения направления бакалавриата 080200 - Менеджмент профиля подгот. "Маркетинг" / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. : <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015111312242385100000659785>

6. Старикова, М. С. Теория и практика маркетинга : учеб. пособие для студентов направления бакалавриата 080002 - Менеджмент / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 320 с. (Экз. 58) / [Электронный ресурс] : <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040921153893869400001791>

7. Старикова, М. С. Управление деловыми взаимодействиями промышленной корпорации : монография / М. С. Старикова, Е. Д. Щетинина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 134 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016061710241470800000659588>

8. Трансформация моделей маркетингового взаимодействия : монография / М. С. Старикова [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 271 с. Экземпляры всего: 5

9. Формирование и оценка конкурентных позиций предприятий промышленности : монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 228 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016051914122391300000657733>

10. Щетинина, Е. Д. Стратегическая диагностика промышленного предприятия: проблемы и методы : монография / Е. Д. Щетинина, С. К. Кочина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 193 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016082613085819000000653662>

11. Щетинина, Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия : учебное пособие для магистров направления 38.04.02 - Менеджмент профилей подготовки "Корпоративный маркетинг", "Стратегический менеджмент" / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016080115065357300000655811>

б) дополнительная литература:

1. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: практическое пособие / Бердышев С.Н.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. 216— с. <http://www.iprbookshop.ru/5996>

2. Егорова М.М. Маркетинг: учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— С.: Научная книга, 2012. 159— с. <http://www.iprbookshop.ru/6297>

3. Кметь Е.Б. Управление маркетингом: учебник / Кметь Е.Б., Ким А.Г.— С.: Вузовское образование, 2016. 284 с. <http://www.iprbookshop.ru/43373>

4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е

изд. - Санкт-Петербург : ПИТЕР, 2009, 2010. - 814 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-469-00989-4 : Экземпляры всего: 6

5. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-driven management : учеб. для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ж. -Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. - 2-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2012. - 720 с. - ISBN 978-5-4237-02559-5 : Экземпляры всего: 15

в) интернет-ресурсы:

1) www.statsoft.ru (Официальный сайт российского представительства компании StatSoft)

2) www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики (Росстат) собирает и агрегирует всю официальную информацию, собираемую государственными службами и ведомствами. В Росстате можно получить подробную информацию по различным отраслям и регионам России.

3) <http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия Маркетинга. Проект содержит большое количество аналитических материалов и описаний управленческих технологий в разделах «Маркетинг Менеджмент», «Маркетинговый анализ», «Маркетинговые коммуникации» и др.

4) <http://marketing.rbc.ru/> - РосБизнесКонсалтинг. Проект РБК — «Исследования рынков» систематизирует маркетинговые исследования ведущих российских компаний о практически всех товарных рынках и услугах. Сейчас в базе данных компании хранится около 4500 исследований разных отраслевых рынков, а также бизнес-планов и рекомендаций.

10. Перечень информационных технологий

Для проведения собрания студентов и инструктажа – аудитория, оснащенная средствами звуковоспроизведения и мультимедийными комплексами для презентаций.

Для успешного прохождения практики обучающимися и написания отчетов рекомендуется использовать пакет программ:

1. СПС «КонсультантПлюс», договор № 22-15к от 01.06.2015
2. Microsoft Office 2013, договор № 31401445414 от 25.09.2014
3. Kaspersky Endpoint Center 10, лицензия № 17E0170707130320867250
4. Microsoft Windows 7, договор №63-14к от 02.07.2014
5. Mozilla Firefox, свободно распространяемое ПО согласно

условиям лицензионного соглашения.

11. Материально-техническое обеспечение практики

Структурные подразделения хозяйствующего субъекта, обеспечивающие требования техники безопасности.

Для проведения групповых и индивидуальных консультаций студентов используется учебная аудитория УК №3, №408, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для составления отчета по производственной практики в аудитории, оснащенной компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации используются следующие программные продукты:

1. СПС «КонсультантПлюс», договор № 22-15к от 01.06.2015
2. MicrosoftOffice 2013, договор № 31401445414 от 25.09.2014
3. KasperskyEndpointCenter 10, лицензия № 17E0170707130320867250
4. MicrosoftWindows 7, договор №63-14к от 02.07.2014
5. MozillaFirefox свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения.

Для самостоятельной работы студентов используется читальный зал библиотеки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

12. Утверждение программы практик


Утверждение программы практик с изменениями
Программа практик с изменениями утверждена на 2017/2018 учебный год.


Протокол № 10 заседания кафедры от «6» июня 2017г.

Добавить в Учебно-методическое и информационное обеспечение практики
следующие издания:

В п. «а» основная литература добавить следующие издания:

1. Щетинина Е. Д. Методические указания к прохождению
производственной практики для студентов очной и заочной форм обучения
направления подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиля "Маркетинг" / сост.:
Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Издательство БГТУ им. В. Г.
Шухова, 2017. - 14 с.

Заведующий кафедрой _____  /Щетинина Е.Д. /
подпись, ФИО


Директор института _____  / Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик без изменений
Программа практик без изменений утверждена на 2018/2019 учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от «15» мая 2018г.

Заведующий кафедрой _____  /Щетинина Е.Д. /
подпись, ФИО

Директор института _____  / Дорощенко Ю. А. /
подпись, ФИО

12. Утверждение программы практик

Утверждение программы практик без изменений
Программа практик без изменений утверждена на 2019/2020 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «11» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д. /
подпись, ФИО

Директор института _____ /Дорошенко Ю. А. /
подпись, ФИО

**ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ О РАБОТЕ СТУДЕНТА-ПРАКТИКАНТА**

(Ф.И.О. студента)

Студент(ка)_____курса проходил(а)_____практику

в _____ с _____ по _____.

За время прохождения практики (***)_____

Оценка за работу в период прохождения практики: _____

Должность
Ф.И.О.
Руководителя практики
Дата

*** в каком объеме выполнил(а) программу практики, с какой информацией ознакомился(лась), отношение к работе, взаимоотношение с коллективом и т.д.