

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

Преддипломная 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 (преддипломная).

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	Компетенция	
Профессиональные			
1	ПК-1	Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: основные управленческие теории, подходы к мотивации и стимулированию. Уметь: аргументировано отстаивать управленческие решения, заинтересовывать и мотивировать персонал; диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию. Владеть: методами стимулирования и мотивация; методами проведения аудита человеческих ресурсов и оценки организационной культуры
2	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 освоения дисциплины обучающийся должен Знать: природу деловых и межличностных конфликтов; принципы построения моделей межличностных коммуникаций в организации; основы организационного проектирования и порядка взаимодействия и подчинения. Уметь: использовать эффективные способы минимизации негативного влияния конфликтов на деятельность предприятия; моделировать и оценивать систему деловых связей взаимоотношений в организации и ее подразделениях (на раз-

			ных уровнях). Владеть: психологическими и правовыми знаниями, используемыми в разрешении конфликтных ситуаций.
3	ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности. Уметь: разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли. Владеть: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.
4	ПК-4	Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты и субъекты финансового менеджмента; методологию оценки инвестиционных решений и стоимости компании. Уметь: применять основные инструменты финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, капитала и денежных потоков; оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компании. Владеть: технологией принятия решений в управлении финансами компании; приемами и способами оценки инвестиционных решений с позиции обеспечения роста капитала компании.
5	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.

6	ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.</p> <p>Уметь: определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами; ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность.</p> <p>Владеть: навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта.</p>
7	ПК-7	Владение 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	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: принципы моделирования и управления бизнес-процессами и распределением работ</p> <p>Уметь: описывать процедуры выполнения работ и определять способы контроля</p> <p>Владеть: аналитическим и техническим инструментарием разработки процедур и методов контроля</p>
8	ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: перечень и возможности применения методов и программных средств обработки деловой информации.</p> <p>Уметь: применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.</p> <p>Владеть: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.</p>
9	ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анали-	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: специфику и формы макроэкономического воздействия на предприятия, организации различных отраслей народного хозяйства, а также органов</p>

		<p>зировать 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</p>	<p>государственного и муниципального управления, методы его оценки и прогнозирования</p> <p>Уметь осуществлять расчет рыночных рисков; прогнозировать и рассчитывать вероятностную меру рисков с использованием различных методов, анализировать потребительское поведение, анализировать конкурентную среду</p> <p>Владеть: навыками анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, рыночных рисков, потребительской удовлетворенности и поведения потребителей, конкурентной среды.</p>
10	ПК-10	<p>Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей.</p> <p>Уметь: осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления.</p> <p>Владеть: навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.</p>
11	ПК-11	<p>Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных</p> <p>Уметь: владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов</p> <p>Владеть: методами анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, методами применения средств программного обеспечения для ведения баз</p>

			данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.
12	ПК-12	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области. Уметь: ориентируясь в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ, навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.
13	ПК-13	Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: основные бизнес-процессы в организации Уметь: моделировать и оптимизировать бизнес-процессы Владеть: методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности
14	ПК-14	Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: принципы организации систем учета и распределения затрат, основы калькулирования и анализа себестоимости продукции и услуг Уметь: калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета, оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения. Владеть: инструментами и методами учета и распределения затрат, навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции.
15	ПК-15	Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: принципы организации финансо-

		решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	вого планирования и прогнозирования. Уметь: разрабатывать и выполнять планы и программы финансового планирования и прогнозирования. Владеть: технологиями финансового планирования и прогнозирования
16	ПК-16	Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: методологию проведения оценки инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования. Уметь: оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний, разрабатывать инвестиционные проекты и проверить их оценку Владеть: методами и инструментами оценки инвестиционных проектов; различными финансовыми инструментами; методами анализа операционной деятельности

6. Место практики в структуре образовательной программы.

Преддипломная практика относится к Блоку 2 «Практики» (Б2.БП.02), который в полном объеме относится к вариативной части образовательной программы 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.

Преддипломная практика бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» при подготовке к организационно-управленческой и экономической профессиональной деятельности базируется на основании соответствующих дисциплин: Математика, Базовые информационно-коммуникационные технологии, История управленческой мысли, Теория организации и системный анализ, Основы менеджмента, Документирование управленческой деятельности, Деловые коммуникации, Управление человеческими ресурсами, Международный менеджмент, Учет и анализ, Бизнес планирование, Финансовый менеджмент, Стратегический менеджмент, Макроэкономика, Управление качеством и конкурентоспособностью, Обоснование инвестиций, Поведение потребителей, Информационные системы маркетинга, Маркетинговые исследования и анализ, Управление цепями поставок, Ценообразование в маркетинге, Технология рекламы и PR, Международный маркетинг, Маркетинговый консалтинг, Коммерческая деятельность, Отраслевой маркетинг, Бухгалтерский учет, Учет и отчетность в организации, Статистика в менеджменте, Основы статистики, Институциональная среда менеджмента, Анализ макроэкономической среды, Мерчандайзинг, Методы и модели продаж, Оценка эффективности маркетингового проекта, Маркетинговый аутсорсинг, Стратегия и тактика бизнеса, Маркетинг территорий, Бренд-менеджмент, Управление продуктовым портфелем, Маркетинговое планирование и аудит, Маркетинг-

говый контроллинг, Статистика и прогнозирование рынка, Электронная торговля, Управление маркетингом, Управление партнерскими отношениями, Учебная практика, Производственная практика.

Преддипломная практика является завершающим видом деятельности студентов перед написанием и защитой ВКР и предполагает закрепление и конкретизацию результатов теоретического обучения, приобретение студентами навыков и умений практической работы по выбранному направлению (профилю) и присваиваемой квалификации.

7. Структура и содержание практики преддипломной

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетные единицы, 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	<i>Подготовительный</i>	Собрание студентов (знакомство с графиком и порядком прохождения практики). Получение документации для прохождения практики (направления, договора, программы практики)
		Ознакомление с организацией (предприятием, учреждением), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж и инструктаж по технике безопасности
2.	<i>Основной (сбор, обработка, обобщение и анализ полученной информации)</i>	Получение общих сведений о деятельности организации (организационно-правовая форма, производственная структура, финансовое состояние, уровень технического развития; уровень организации труда, уровень управления, объем производства, ассортимент продукции)
		Изучение основных характеристик рынка (исследование общеэкономической и отраслевой конъюнктуры, тенденций на рынке, конкурентной структуры рынка, исследование целевой аудитории предприятия, контрагентов, посредников)
		Изучение структурных элементов комплекса маркетинга организации (анализ ассортиментной и марочной политики, исследование ценовой политики, сервисной, оценка применяемых в организации средств маркетинговых коммуникаций, оценка сбытовой политики)
		Оценка и анализ планирования маркетинга на предприятии (анализ выполнения плана маркетинга, выявление координационных связей между службами маркетинга и другими подразделениями, исследование организации информационных потоков)
		Исследование стратегических направлений развития предприятия (выявление стратегических целей предприятия, анализ применяемых маркетинговых стратегий, выделение привлекательных стратегических областей бизнеса)
		Обобщение полученной информации, формулировка выводов, разработка рекомендаций по решению выявленных проблем
3.	<i>Заключительный (подготовка отчета по практике)</i>	Сбор документов (отзыв руководителя от практики от организации), подготовка отчета по преддипломной практике, сдача отчета на кафедре и его защита

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 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, представлены 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 харак-

тера. 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. Назовите общую структуру организации, основные функции и задачи, решаемые организацией.
2. Какой организационно-управленческий опыт был приобретен в период практики?
3. Каким образом осуществляется взаимодействие между отделом маркетинга и другими службами внутри организации?
4. Охарактеризуйте методы управления, применяемые в данной организации
5. Назовите основные стратегические и тактические цели предприятия.
6. Опишите конкурентную среду предприятия.
7. Проведите оценку выбранной организацией стратегии поведения на рынке.
8. Расскажите о товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политиках предприятия на котором проходили производственную практику.
9. Опишите и дайте основную характеристику финансового состояния организации.
10. Виды стратегий ценообразования используемых на предприятии на котором проходили преддипломную практику.
11. Назовите наиболее и наименее эффективные технологии управления маркетингом.
12. Охарактеризуйте средства и методы достижения целей организации.
13. Дайте характеристику факторов, оказывающих негативное влияние на деятельность объекта практики.
14. Какие предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности вами были сделаны.
15. Охарактеризуйте основные конкурентные преимущества предприятия.
16. Что дает система оценки результативности маркетинга?
17. Охарактеризуйте цели, виды деятельности и организационно-правовую

форму объекта практики.

18. Назовите законодательные и нормативные документы, регламентирующие деятельность организации.

19. Раскройте организацию информационной системы объекта практики.

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

21. Дайте характеристику внешних условий функционирования объекта практики.

22. Каким образом факторы маркетинговой среды оказывают влияние на деятельность предприятия?

23. Почему маркетинговые исследования являются важным этапом процесса управления маркетингом?

24. Дайте характеристику макро-, мезо- и микросреды функционирования предприятия.

25. Дайте характеристику основных сегментов рынка, потребительских предпочтений на рынке.

26. Опишите применяемые Вами методы анализа ассортимента. Какие были получены выводы.

27. Как маркетинговые результаты связаны с результатами деятельности предприятия?

28. Охарактеризуйте систему документооборота, внутренние документы, связанные с управлением деятельностью объекта практики.

29. Какие навыки и практические умения были приобретены в период прохождения практики?

30. Каковы существуют основные коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.).

31. Раскройте организацию и осуществление контроля за маркетинговой деятельностью

32. Раскройте организационную структуру управления объекта практики.

33. Расскажите о порядке предоставления отчетов о проведенной работе структурными подразделениями организации руководству.

34. Какие методы сбора маркетинговой информации Вы использовали при подготовке отчета по производственной практике?

35. Дайте характеристику результатов хозяйственной деятельности объекта практики за анализируемый период.

36. Опишите существующие рыночные риски для предприятия. Кто является основным целевым сегментом для данного предприятия, дайте характеристику.

37. Дайте характеристику результатов маркетинговой деятельности объекта практики за анализируемый период.

38. Какие Вами были сделаны выводы о маркетинговой деятельности предприятия на котором вы проходили производственную практику?

39. Охарактеризуйте эффективность коммуникационной политики организации.

40. Каковы прогнозные оценки выбранного вами проекта по совершенствованию деятельности организации.

Критерии оценивания результатов преддипломной практики:

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. Щетинина [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 предпри-

ятия : 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. Щетинина, 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. Щетинина [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. Конкурентоспособность 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

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:

1. Методические указания к прохождению преддипломной практики для студентов очной и заочной форм обучения направления бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент профиля подготовки «Маркетинг» / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. маркетинга ; сост.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 16 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 _____ /Дорошенко 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

Приложение
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.