


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

СОГЛАСОВАНО
Директор института магистратуры


И.В. Ярмоленко
« 21 »  2020г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор института


Ю.А. Дорошенко
« 21 »  2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная практика

Направление подготовки (специальность):

38.04.02 Менеджмент

Направленность программы (профиль, специализация):

Корпоративный маркетинг

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Институт экономики и менеджмента

Кафедра маркетинга

Белгород 2020

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного Приказом Минобрнауки России 30.03.2015 № 322.
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2015 году.

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

Рабочая программа практики согласована с выпускающей кафедрой маркетинга
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Щетинина Е.Д.)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)
«11» мая 2015 г.

Рабочая программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга
«12» мая 2015 г., протокол № 9

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

Рабочая программа практики одобрена методической комиссией
института «14» мая 2015 г., протокол № 9

Председатель к.э.н., проф.  (Выборнова В.В.)
(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 и формы проведения практики: стационарная; выездная.

4. Формы проведения практики:

Производственная практика проводится на предприятиях различных организационно-правовых форм в форме самостоятельной работы обучающихся.

Производственная практика направлена на развитие у обучающихся способности владения:

- современными методами и инструментами проведения прикладных научных исследований и управления бизнес-процессами в сфере профессиональной коммерческой деятельности, методами и технологиями маркетингового анализа, поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития, проектирования обоснованных управленческих решений и контроля их реализации;

- навыками абстрактного мышления, анализа и синтеза, сбора, обработки, обобщения, оценки и интерпретации аналитических данных, необходимых для принятия управленческих решений в сфере профессиональной деятельности в типовых и нестандартных ситуациях, оформления и представления аналитических материалов в соответствии с установленными требованиями.

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	
Общекультурные			
1	ОК-2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: - цели и основные направления социально-экономической деятельности организации - функции и методы менеджмента и маркетинга; - социальные и культурные особенности бизнес-окружения и персонала; Уметь: - подавлять конфликты и споры, возникающие в коллективе; - адекватно воспринимать критику и замечания Владеть;

			<ul style="list-style-type: none"> - методами принятия социально-этичных маркетинговых решений; - методами деловой коммуникации; - профессиональным сленгом
Общепрофессиональные			
2	ОПК-3	<p>способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа и синтеза информации - основные виды абстрактного и логического мышления; - принципы организации исследований <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать, логично выстраивать теоретический материал, делать выводы - выполнить поиск информации по полученному заданию, осуществить сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с различными источниками информации; поиском, систематизацией данных; - навыками обработки данных в соответствии с поставленной задачей, выполнения анализа и интерпретации полученных результатов.
Профессиональные			
3	ПК-4	<p>способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления и результаты научных исследований отечественных и зарубежных авторов по изучаемой проблеме; - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований экономических явлений и бизнес-процессов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составить программу проведения научных исследований по изучаемой проблеме; -самостоятельно оценить и проанализировать результаты проведенных исследований и разработок по изучаемой проблеме; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными программными продуктами ПК; - технологиями проведения прикладных исследований; - навыками составления отчетов и прочих аналитических материалов по проделанной исследовательской работе
4	ПК-5	<p>владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде ; - методические подходы к оценке рыночной конъюнктуры и конкурентному анализу; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы экономического и стратегического анализа в процессе маркетинговой деятельности - анализировать и прогнозировать конъюнктуру рынка и маркетинговую среду; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа и оценки корпоративной конкурентоспособности и рыночной позиции; - технологиями маркетингового анализа

6. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно учебному плану направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программы «Корпоративный маркетинг», производственная практика входит в Блок 2 ОП магистратуры. Прохождению производственной практики предшествует изучение следующих дисциплин: Современный стратегический анализ, Теория организации и организационное поведение, Организация исследовательской деятельности, Организация и презентация маркетинговых исследований, Инновационные технологии в маркетинге, Эффективность корпоративного маркетинга, Конъюнктурно-ценовые исследования, Коммуникационная поддержка маркетинговых исследований, Учебная практика, Научно-исследовательская работа в семестре.

Прохождение учебной практики предшествует производственной практике, преддипломной практике, выполнению научно-исследовательской работы и написанию магистерской диссертации.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц, 432 часа.

Результатом прохождения производственной практики является подготовка и написание аналитической главы выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) на основе самостоятельно проведенного критического анализа и оценки современного состояния корпоративной маркетинговой среды и стратегических направлений развития объекта исследования (организации, предприятия) в контексте предметной области исследования в соответствии с выбранной научно-исследовательской темой.

По окончании производственной практики руководитель практики проверяет правильность оформления отчета о практике с приложениями и составляет заключение-характеристику на практиканта.

В заключении-характеристике руководитель практики должен дать отзыв о выполненной практикантом работе, о содержании собранного материала и 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.

№ п/п	Разделы (этапы практики)	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистранта
1	Подготовительный этап	Собрание студентов у руководителя, подготовка и оформление документов, инструктаж, технико-экономическая безопасность.
2	Обработка	Изучение организации, ее структуры,

	информации	производственных подразделений и функциональных отделов. Изучение должностных обязанностей специалистов отделов и подразделений. Подробное изучение нормативно-правовых актов, инструктивных и методических материалов, регламентирующих деятельность структурных подразделений предприятия. Изучение действующих в организации систем документооборота, форм учета и отчетности. Освоение основных приемов и методов обработки информации и принятия управленческих решений. Изучение взаимосвязей в деятельности отдельных структурных подразделений и функциональных служб предприятия с целью обеспечения их координации. Составление обзорных и расчетно-аналитических таблиц за последние три года.
3	Заключительный этап	Студент осуществляет обобщение и обработку собранных материалов, их подготовку к представлению вместе с отчетом о практике.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Процесс организации практики состоит из 3 этапов: подготовительный, основной и заключительный.

Подготовительный этап включает следующие мероприятия: проведение общих собраний студентов, направляемых на производственную практику. Собрания проводятся для ознакомления студентов: с целями и задачами производственной практики; этапами ее проведения; требованиями, которые предъявляются к местам практики и студентам; с учебно-методическим и информационным обеспечением производственной практики.

Основной этап. Производственная практика включает следующие разделы: ознакомительный, знакомство с организацией и ее руководителем или ответственным лицом от организации. Руководство производственной практикой осуществляют руководитель от кафедры и руководитель от организации. В этот период студенты выполняют свои обязанности, определенные программой практики и требованиями предприятия.

Основной формой проведения производственной практики являются консультации представителей предприятия и преподавателей университета, работа в отделе маркетинга или аналогичном отделе, самостоятельная работа. Основными методами изучения являются личное наблюдение, экспертные оценки по опросам специалистов, выполнение общего и индивидуального заданий.

Заключительный этап. Заключительный этап завершает производственную практику и проводится не позднее срока, установленного графиком учебного процесса. По окончании практики, перед зачетом, студенты представляют на кафедру оформленные: отчет по практике.

Отчет рассматривается руководителем практики от кафедры. Отчет предварительно оценивается и допускается к защите после проверки его соответствия требованиям программы производственной практики.

Промежуточная аттестация по производственной практике проходит в форме защиты отчета в виде дифференцированного зачета.

Для успешного выполнения программы практики студент должен посетить организационное собрание перед началом практики, выполнять все указания руководителей практики от предприятия и университета, соблюдать правила техники безопасности и внутреннего распорядка предприятия и вуза, не допускать фактов нарушения трудовой дисциплины. Работа по составлению отчета должна вестись ритмично в соответствии с установленными для этого сроками.

Типовое задание основного этапа практики

Перечень заданий и материалов по оценке заявленных результатов обучения *компетенции ОК-1*.

В период прохождения производственной практики магистрант обязан осуществить сбор, анализ и оценку исходных данных(информации) по выбранному направлению исследования.

В ходе производственной практики магистрант должен провести сбор данных и их обработку, направленные на получение информации посредством анализа, оценки и апробации в контексте выбранного научного направления.

Отчет должен охватывать все вопросы программы производственной практики.

Каждый вопрос освещается по возможности кратко, но в полном объеме. В необходимых случаях в отчете должны быть приведены схемы, графики, диаграммы, рисунки, фотографии, таблицы, расчетные формулы и примеры расчетов.

Те из них, которые не обсуждаются в тексте отчета, должны быть помещены в приложении к отчету.

Структура отчета и последовательность изложения разделов и вопросов должны соответствовать программе производственной практики.

Перечень заданий и материалов по оценке заявленных результатов обучения *компетенции ОПК-3*.

Производственная практика включает решение задач научно-исследовательской работы второго года обучения, в частности, ознакомление с практическими проблемами по выбранному направлению исследования, оценка материала и составление библиографического списка по теме научного исследования, подготовка материала для написания магистерской диссертации и др. В индивидуальном задании магистранта руководителем производственной практики определяется тематика, содержание и формы научной и исследовательской работы проводимой в ходе производственной практики.

Перечень заданий и материалов по оценке заявленных результатов обучения *компетенции ПК-4, ПК-5*.

Обязательные направления анализа рынка: определение товарных границ рынка, оценка взаимозаменяемости и близости товаров из данной категории, определение географических границ рынка, тенденции развития рынка, оценка и прогноз емкости рынка, оценка насыщенности и устойчивости рынка, выявление наиболее популярных товарных марок, анализ ассортиментной структуры предложения, анализ состава продавцов или торговых представителей, оценка долей рынка конкурентов, оценка конкурентных преимуществ разных фирм-конкурентов, уровня концентрации, наличие входных барьеров на рынок, сегментирование и оценка потребителей, выявление потребительских предпочтений, оценка степени удовлетворенности покупателей.

Анализ должен основываться на статистических данных последних лет, информации из специальных, в том числе периодических, источников, а также на первичной информации, собранной студентом самостоятельно. Оценка результатов работы должна быть количественной и качественной, сравнение с известными решениями следует проводить по всем аспектам выбранной проблемы. Необходимо четко показать практическую полезность работы в целом или отдельных ее частей, указать на возможность обобщений, дальнейшего развития методов и идей, использования результатов диссертации в смежных областях.

Заключение. В данном разделе должны быть коротко сформулированы выводы и предложения, вытекающие из содержания работы.

Библиографический список. Список литературы должен включать не менее 20 источников, в том числе статьи из экономических журналов сроком давности не более 3 лет, включая издания за последний год.

Примерный перечень заданий

Студент должен рассмотреть сущность исследуемого вопроса; понятийный аппарат; различные точки зрения на теоретические проблемы, изложенные в специальной литературе; выработать и изложить собственный взгляд либо присоединиться к чьей-либо точке зрения. Теоретическое обоснование предусматривает рассмотрение основных категорий изучаемого процесса, раскрытия их социально-экономического содержания, сущность и генезис выбранного явления, возможные тенденции или сценарии развития явления.

Также в отчете он должен отразить следующую информацию:

- общую характеристику предприятия, на котором магистрант проходит производственную практику;
- обзор ситуации на наиболее важном с точки зрения продаж для предприятия рынке (с географической, продуктовой стороны, с позиции перспектив развития) рынке;
- экономический и маркетинговый анализ объекта исследования;

– анализ состояния проблемы по определенной в первой главе методике исследования. Характер и объем изучаемого фактического материала будет зависеть от особенностей этой методики и объекта исследования;

- предложения и рекомендации по решению проблемы;
- обоснование предложенных рекомендаций.

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

Вопрос	
1.	Цели и миссия организации в современных условиях
2.	Назовите основные концепции маркетинга
3.	Дайте характеристику теоретических подходов к управлению фирмой .
4.	Что включает маркетинговое решение (бизнес-проект)?
5.	Опишите взаимосвязь между внутренней и внешней эффективностью.
6.	Сущность социально-этичной концепции маркетинга
7.	Методы анализа маркетинговой среды
8.	Структура рынка рекламных услуг и факторы, ее определяющие
9.	Принципы изучения рыночной конъюнктуры
10.	Рыночная конъюнктура и ее параметры
11.	Особенности и проблемы глобальных рынков
12.	Диагностика внутренней маркетинговой среды
13.	Как определяется доля рынка организации?
14.	Что такое анализ рынка и каковы его задачи?
15.	Методы сбора и анализа маркетинговой информации
16.	В чем сущность портфельного анализа?
17.	Что такое конкурентный анализ?
18.	Методы оценки конкурентных преимуществ
19.	Как определить уровень концентрации рынка?
20.	Каким образом технология влияет на эволюцию маркетинга?.
21.	В чем сущность функционально-стоимостного анализа?
22.	Методы оценки конкурентоспособности организации
23.	В чем состоит маркетинговый анализ корпоративных бизнес-процессов

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

9.1. Перечень основной литературы:

1. Старикова, М. С. Механизм проектирования, практического построения и оценки системы партнерских отношений в рамках региона : учеб. пособие / М. С. Старикова, С. М. Микалут, Н. В. Полуянова ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 225 с.

2. Старикова, М. С. Инструменты обеспечения конкурентоспособности промышленной корпорации: монография / М. С. Старикова. - Белгород : БГТУ, 2012. - 132 с

3. Маркетинговые коммуникации в торговле : монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 176 с.
4. Щетинина, Е. Д. Стратегическое управление промышленным предприятием на основе теории жизненного цикла : монография / Е. Д. Щетинина, Ю. Л. Растопчина, М. С. Старикова ; БГТУ им. В. Шухова . - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2006. - 138 с.
5. Инструменты обеспечения конкурентоспособности промышленной корпорации : монография / М. С. Старикова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2012. - 132 с.

9.2. Перечень дополнительной литературы:

6. Интегрированные маркетинговые коммуникации : монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2008. - 200 с.
7. Адаптивное управление корпорацией : монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2010. - 181 с.
8. Щетинина, Е. Д. Управление развитием промышленной корпорации на основе клиентоориентированного подхода : монография / Е. Д. Щетинина, С. Н. Гришутина, М. С. Старикова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г.
9. Коммуникационные отношения на региональных рынках : монография / М. С. Старикова, С. М. Микалут, Е. Д. Щетинина, М. П. Гулевский. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2012. - 216 с.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Учебная практика использует следующие информационные технологии:

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.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

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.

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

1. Что считать результатом маркетинга?
2. Дайте характеристику теоретических подходов к управлению результативностью бизнеса.
3. Что включает маркетинговое решение (бизнес-проект), привести примеры.
4. Опишите взаимосвязь между внутренней (экономичность) и внешней эффективностью.
5. Как маркетинговые результаты связаны с результатами деятельности компании?
6. Что дает система оценки результативности маркетинга?
7. Состав и структура цен
8. Структура цены рекламной продукции и факторы ее определяющие
9. Формирование цены с учетом жизненного цикла товара
10. Рыночная конъюнктура и ее влияние на ценообразование
11. Особенности ценообразования на рынке чистой конкуренции
12. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции
13. Особенности ценообразования на рынке олигополистической конкуренции
14. Особенности ценообразования на рынке чистой монополии
15. Особенности формирования цен в условиях инфляции
16. Цели, задачи и методы государственного регулирования экономики и цен
17. Отечественный и зарубежный опыт государственного регулирования цен

18. Содержание государственной политики цен на современном этапе
19. Ценообразование в отраслях промышленности
20. Что такое анализ рынка?
21. Методы анализа рынка?
22. Что такое анализ ассортиментной структуры?
23. Как определяется доля рынка организации?
24. Методы оценки конкурентных преимуществ?
25. Как определить уровень концентрации рынка?
26. Каким образом технология влияет на эволюцию маркетинга.
27. Выделите и охарактеризуйте основные характеристики современного маркетинга.
28. Маркетинговое планирование как направление деятельности.