

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета / директор
института

Володин В.М.

(Подпись) (Фамилия, инициалы)



06 2016 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**Б2.2.1 Практика по получения первичных профессиональных умений и
навыков**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки «Маркетинг»

Квалификация (степень) выпускника – *Бакалавр*

Форма обучения очная

Пенза, 2016

1. Цели учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Целями учебной практики являются:

- расширение представлений обучающихся об избранном ими направлении обучения;
- углубление практических умений и навыков в реальной экономической среде на основе теоретических знаний, полученных при изучении курсов: «Экономическая теория», «Информационно-коммуникационные ресурсы в менеджменте», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Экономика фирмы», «Методы принятия решений в менеджменте» и др.;
- проведение исследований в соответствии с разработанной программой.

2. Задачи учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Задачами учебной практики являются:

- получение бакалаврами практических навыков исследования деятельности промышленных предприятий на основе первичной и вторичной информации;
- ознакомление с организационно-методическими и нормативно-техническими документами для получения представления об особенностях деятельности предприятий различных форм собственности;
- анализ структуры промышленности Пензенской области;
- анализ литературы и документальных источников, наблюдение, неформализованное интервью с целью сбора и обработки информации (для отчета по практике).

3. Место учебной практики в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная практика относится к вариативной части Б2.2.1 Практики, базируется на освоении дисциплин «Экономическая теория», «Основы предпринимательства», «Экономика фирмы», «Основы права», «Информационно-коммуникационные ресурсы в менеджменте».

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимых для освоения данной практики:

Знать: основные приемы работы в деловых программах общего назначения, основы финансово-экономических расчетов в MS Excel.

Уметь: использовать действующую нормативно-правовую и методическую базу, регулирующую деятельность хозяйствующих субъектов, для целей учета и анализа деятельности предприятия.

Владеть: навыками применения компьютерной техники и программного обеспечения для сбора, обработки и хранения необходимой информации.

Прохождение учебной практики необходимо для освоения дисциплин «Основы межличностного и делового взаимодействия», «Маркетинг», «Исследования рынка», «Бизнес-планирование», «Стратегический менеджмент».

4. Формы проведения учебной практики

Формой проведения учебной практики являются:

- полевая, направленная на изучение экономической структуры Пензенской области (промышленность, сфера торговли).
- предпринимательская, направленная на ознакомление с деятельностью конкретного предприятия.

5. Место и время проведения учебной практики

Основной характеристикой баз учебной практики, независимо от организационно-правовых форм, форм собственности и масштабов производственной деятельности, является соответствие профилю работы – «Маркетинг», направления 38.03.02 «Менеджмент».

Проходить практику бакалавры могут в качестве ассистента (помощника):

- аналитика по маркетингу;

- руководителя отдела продаж;
- руководителя отдела маркетинга;
- директора предприятия;
- коммерческого директора;
- менеджера по связям с общественностью и СМИ.

Учебная практика длится 2 недели, составляет 3 зачетных единицы.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

В результате прохождения данной учебной практики у обучающихся должны быть сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных (ОПК):

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

ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации.

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен:

Знать: специфику предпринимательской деятельности, источники внутренней информации о предприятии, специфику документооборота организаций, структуру аналитических отчетов

Уметь: использовать в профессиональной деятельности знания особенностей макросреды, ее влияния на деятельность организации, разрабатывать программу аналитического исследования, составлять аналитические отчеты, анализировать базы данных предприятий.

Владеть: методами проведения исследований, алгоритмом составления аналитических отчетов, методами систематизации информации о предприятии.

7. Структура и содержание учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единиц, или 2 недели, или 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля и промежуточной аттестации
		Кабинетные исследования		Полевые работы		
		С преп.	Самост.	С преп.	Самост.	
1	Подготовительный этап					Собеседование
1.1	Получение задания на практику, ознакомительная лекция	4	10			
1.2	Инструктаж по технике безопасности					
2	Экспериментальный этап					Собеседование
2.1	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического	2	30	8	42	

	литературного материала.					
2.2	Подготовка отчета по практике	2	10			Дифференцированный зачет
	Всего 108 часов					

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике

В процессе прохождения используются исследовательские технологии: сбор и обработка первичной информации на основе работы с внутренней документацией предприятия и наблюдения, структурирование вторичной информации об особенностях экономической среды области, региона. Студент должен овладеть технологиями написания аналитических отчетов.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Содержание отчета по производственной практике (1 курс)

Тема: Исследование промышленности Пензенской области

Часть I (общая)

1. Анализ _____ отрасли Пензенской области на примере _____

Результаты исследования должны содержать:

- 1) Наименование;
- 2) Организационно-правовая форма;
- 3) Виды деятельности (бизнеса);
- 4) Перечень выпускаемой продукции, ее характеристики;
- 5) Производственные технологии;
- 6) Конкурентные преимущества;
- 7) География потребителей;
- 8) Особенности маркетинговой деятельности.

Часть II (индивидуально по вариантам)

2. Анализ _____ отрасли _____ на примере _____ следующих предприятий: _____

№ Варианта	Отрасль	Предприятия
1	Машиностроение и металлообработка	ОАО «Пензтяжпромарматура» (ОАО «ПТПА») ООО «МашСталь»
2		ЗАО «Пензенское конструкторско-технологическое бюро арматуростроения» (ЗАО «ПКТБА») ОАО «Специальное конструкторское бюро турбоагнетателей» (ОАО «СКБТ»)
3		ОАО «Пензадизельмаш» ОАО «Пензмаш»
4		ОАО «Пензенский арматурный завод» ОАО «Пензкомпрессормаш»
5		ООО «Пензенский завод коммунального машиностроения» (ООО «Завод Коммаш»)

		ОАО НПП «Химмаш-Старт»
6		ОАО «Пензхиммаш» ООО «ПО «Завод «Пензтекстильмаш»
7		ЗАО «Автополимер» ОАО «Завод Элетех»
8	Приборостроение	ОАО «Радиозавод» ФГУП «ППО ЭВТ»
9		ОАО «Электромеханика» ОАО «Пензенский завод точных приборов» (ОАО «ПЗТП»)
10		ФГУП «ППО «Электроприбор» ЗАО «НПП «МедИнж»
11	Химико-фармацевтическая промышленность	ОАО «Биосинтез»
12	Целлюлозно-бумажная промышленность	ОАО «Маяк» ЗАО «Декор-Трейд»
13	Деревообрабатывающая промышленность	ЗАО «Деревянная архитектура» ЗАО «Фотон»
14	Кондитерская и пивобезалкогольная промышленность	ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» Филиал ЗАО МПБК «Очаково» в г. Пенза ЗАО «Исток»
15		ЗАО «Компания «Старый Пивовар» ООО «Пивоваренный завод «Самко»
16	Легкая промышленность	ЗАО ПТФ «Пекоф» ЗАО «Пензенская трикотажная фабрика»
17	Прочие производства	ООО «МФР» ООО «Мир стекла»
18		ОАО «Фабрика игрушек» ООО «Ледяной Дом»
19		ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» Группа компаний «Пензаспиртпром»
20		ЗАО «Пензенский консервный завод» Пензенский хлебозавод №2 и №4 ЗАО «Регион-Хлеб»
21	Торговая сфера	Торговые центры, гипермаркеты, супермаркеты, торгово-развлекательные центры.

Анализ выбранной отрасли проводится на примере нескольких предприятий в следующей последовательности:

- 1) наименование организации, адрес, контакты;
- 2) информация о компании (история, миссия, цели компании);
- 3) продукция;
- 4) цены;
- 5) производственные технологии.

Студенты могут выбрать объект исследования не из предложенных в данной программе по согласованию с руководителем практики.

В Приложения необходимо поместить фотографии, буклеты, каталоги анализируемых предприятий.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Формой отчетности по итогам практики является составление и защита отчета в течение одной недели после окончания учебной практики.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение

учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

а) основная литература: (указывается литература, изданная за последние 10 лет)

1. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 446 с. Гиперссылка
2. Чернобродова Л.А. Развитие предпринимательства на основе региональных промышленных кластеров / Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО, №6, 2011 Гиперссылка
3. Основы предпринимательской деятельности: Учебник/С.Д.Резник, А.В.Глухова, А.Е.Черницов; под общ. ред. С.Д.Резника - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 287 с. Гиперссылка
4. Катькало, В. С. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : Учебник / В. С. Катькало, А. Ю. Панибратов. – СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2006. – 296 с. Гиперссылка
5. Бессолицын, А. А. История российского предпринимательства [Электронный ресурс] : учебник / А. А. Бессолицын. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: МФПУ Синергия, 2013. - 400 с. Гиперссылка
6. Рубин, Ю. Б. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Б. Рубин. - 13-е изд. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 320 с. (Университетская серия). Гиперссылка
7. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : Учебник / Э.А. Арустамов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 232 с. Гиперссылка
8. Шевелёва, С. А. Основы экономики и бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие для учащихся средних профессиональных учебных заведений / С.А. Шевелёва, В.Е. Стогов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 431 с. Гиперссылка
9. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 139 с. Гиперссылка
10. Маркетинг: Учебник/Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. Гиперссылка
11. Консультант+. Правовые ресурсы Гиперссылка
12. Основы маркетинга [Текст] : пер. с англ. / Филип Котлер [и др.]. - 2-е европ. изд. - М. : Изд. дом "Вильямс", 2000. - 944 с. Гиперссылка
13. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] : учебник / Ж. -Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с англ. И. И. Малкова. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2010. - 720 с. Гиперссылка
14. Меркатор. Теория и практика маркетинга. В 2-х т. [Текст] : пер. с франц. Т. 1 / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон ; науч. ред. К. А. Якубовская. - М. : МЦФЭР, 2006. - 664 с. Гиперссылка
15. Меркатор. Теория и практика маркетинга. В 2-х т. [Текст] : пер. с франц. Т. 2 / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон ; науч. ред. К. А. Якубовская. - М. : МЦФЭР, 2006. - 512 с.

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

12. <http://www.grebennikov.ru> – журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
13. <http://www.grebennikoff.ru/product/19> – журнал «Управление каналами дистрибуции»
14. <http://www.risk-online.ru> – журнал «Риск: Ресурсы, Информация, Снабжение»
15. <http://www.marketing-magazine.ru-22> – журнал «Маркетинг Менеджмент»
16. <http://www.dis.ru> - журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

17. <http://www.marketingpro.ru>- журнал «Маркетинг PRO»

12. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Для проведения учебной практики необходима учебная аудитория, оборудованная мультимедийной техникой.

Программа учебной практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ПрООП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и профилю подготовки «Маркетинг».

Программу составили:

1. Семеркова Л.Н., зав. каф. МКиСО Л.Н. Семеркова
(Ф.И.О., должность, подпись)
2. Попова Е.А., доцент каф. МКиСО Е.А. Попова
(Ф.И.О., должность, подпись)

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.

Программа одобрена на заседании кафедры МКиСО

Протокол № 10 от «20» 06 2016 года

Зав. кафедрой _____
Л.Н. Семеркова
(подпись, Ф.И.О.)

Программа согласована с заведующим выпускающей кафедрой _____

МКиСО _____
(название кафедры) (подпись, Ф.И.О., дата)

Программа одобрена методической комиссией ЭиТ факультета (института)

Протокол № 7 от «29» июня 2016 года

Председатель методической комиссии
ЭиТ факультета (института) _____
(подпись) Ерашова Е.В.
(Ф.И.О.)

Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год и регистрации изменений

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			замененных	новых	аннулированных