



Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого»

Кафедра «Маркетинг»

ПРОГРАММА УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

**для студентов 4 курса
специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»
специализации 1-26 02 03 07
«Маркетинг предприятий промышленности»
заочной сокращенной формы обучения**

Гомель 2008

УДК 339.138(075.8)
ББК 65.291.3я73
П78

*Рекомендовано научно-методическим советом
заочного факультета ГГТУ им. П. О. Сухого
(протокол № 5 от 29.04.2008 г.)*

Составители: *Л. Л. Соловьева, Л. В. Новикова*

Рецензент: зав. каф. маркетинга ГФ УО ФПБ МИТСО канд. экон. наук, доц.
В. И. Маргунова

Программа управленческой практики для студентов 4 курса специальности
П78 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 07 «Маркетинг предприятий промышлен-
ности» заоч. сокращ. формы обучения / сост.: Л. Л. Соловьева, Л. В. Новикова. – Го-
мель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2008. – 11 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Cel-
eron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ;
Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://gstu.local/lib>. – Загл. с титул. экрана.

Определены цели и задачи практики, рассмотрены вопросы организации практики, обя-
занности студентов и руководителей, индивидуальные задания, требования к содержанию отчета,
порядок сдачи и защиты отчета.

Для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» заочной сокращенной формы обучения.

УДК 339.138(075.8)
ББК 65.291.3я73

© Соловьева Л. Л., Новикова Л. В., составление,
2008

© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2008

ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночных отношений перед высшими учебными заведениями республики поставлена задача дальнейшего совершенствования подготовки специалистов, соответствующих требованиям современных условий. В подготовке маркетологов-экономистов должно обеспечиваться сочетание высокого уровня экономического образования с глубокими знаниями теории и практики управления рыночной экономикой.

Управленческая практика является составной частью подготовки специалистов в Гомельском государственном техническом университете имени П.О.Сухого. Она проводится в соответствии с рабочими учебными планами по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 07 «Маркетинг предприятий промышленности» для студентов заочной сокращенной формы обучения, неработающих по профилю избранной специальности, на 4 курсе в 7 семестре.

Продолжительность практики – 2 недели.

В программе рассмотрены вопросы организации управленческой практики студентов, сформулированы цель и задачи практики, содержание, методические рекомендации по ее проведению, порядок выполнения индивидуального задания по специальности, требования к отчету, порядок сдачи и защиты отчета.

Учебно-методическое руководство и контроль за организацией и проведением практики осуществляет кафедра «Маркетинг».

Основным нормативным документом, регламентирующим проведение управленческой практики, является данная программа.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель управленческой практики студентов 4 курса сокращенной формы обучения заочного факультета специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» - выработать у студентов навыков объективной оценки маркетинговой деятельности предприятий в разрезе комплекса маркетинга и умения применить теоретические знания к реальным процессам производства и управления, выявить исследовательские и аналитические способности, приобрести опыт работы по специальности.

Основными задачами управленческой практики являются:

- ✓ изучение системы технико-экономических показателей предприятия;
- ✓ изучение работы отдела маркетинга (отдела сбыта) на предприятии;
- ✓ анализ внешних и внутренних факторов маркетинговой среды, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность предприятия;
- ✓ разработка рекомендаций по совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой политики и политики стимулирования сбыта предприятия;
- ✓ ознакомление с работой организаций в области управленческой деятельности;
- ✓ приобретение практических навыков управленческой работы, прогнозирования и планирования, внешнеэкономической деятельности, организации производства, маркетинговых исследований;
- ✓ приобретение навыков проведения научных исследований в производственных условиях;
- ✓ сбор материалов для написания курсовых работ по дисциплинам «Стратегический маркетинг», «Товарная политика».

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Управленческая практика по специализации «Маркетинг предприятий промышленности» для студентов заочной сокращенной формы обучения организуется в основном на предприятиях (организациях) промышленного профиля независимо от форм собственности. Выбор баз практики осуществляется кафедрой, ответственной за ее проведение. Договор между организациями, выбранными в качестве баз практики, и университетом заключается по установленной форме. Направление студента на практику оформляется приказом ректора университета. Каждому студенту выдается «Дневник производственной практики».

Со студентами, направленными на практику, кафедрой (заведующий и руководитель практики) проводится инструктаж по технике безопасности и охране труда.

Рабочие места студентов, направленных на практику, могут быть в самых различных управленческих и производственных подразделениях и соответствовать профилю получаемой

специальности: коммерческие службы; экономические службы; отделы маркетинга; службы сбыта; службы снабжения, договорные отделы и другие.

Календарный график прохождения управленческой практики представлен в табл.1.

Таблица 1 Календарный график прохождения управленческой практики

Мероприятия	Срок выполнения
1. Приезд на предприятие, размещение, оформление документов. Инструктаж по технике безопасности. Проведение ознакомительной экскурсии по предприятию	1 день
2. Сбор, изучение и обработка данных, характеризующих технико-экономическую сторону работы предприятия	5 дней
3. Сбор данных для выполнения индивидуального задания	5 дней
4. Оформление и защита отчета	3 дня

Рабочий день студента-практиканта устанавливается в соответствии с режимом работы предприятия (организации).

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В период практики студент должен ознакомиться с работой предприятия: собрать и изучить общие сведения о предприятии; изучить основные технико-экономические показатели его работы в динамике за последние три года; ознакомиться с организационной системой управления данным предприятием и эффективностью ее функционирования; с организацией маркетинговой, информационной деятельности, работой по управлению финансами данного предприятия. Особое внимание следует обратить на направления маркетинговой деятельности предприятия, а также на функциональное взаимодействие отдела маркетинга с другими структурными подразделениями, получить практические навыки по работе с документацией, используемой в данной службе.

Следует обратить особое внимание на выбор тем курсовых работ, учитывая возможности получения как первичной, так и вторичной информации на базе практики.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой, в которой освещается отечественный и зарубежный опыт работы экономических служб.

Следует изучить нормативные документы, инструкции, методические указания, постановления, законы, действующие в настоящее время и регламентирующие работу всего подразделения в целом. В конце практики студент должен обобщить собранный материал и совместно с руководителем практики определить его достаточность, а затем оформить его в виде отчета.

В процессе прохождения практики студент должен представить в отчете материалы по следующим разделам.

3.1. Техничко-экономическая характеристика предприятия

Для анализа необходимы следующие показатели и информация:

- основные технико-экономические показатели;
- описание видов деятельности предприятия;
- организационная структура управления предприятия;
- организационная структура отдела маркетинга;
- баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении основных средств, отчет по труду;
- информация о производстве и реализации продукции (услуг);
- информация о ценах на выпускаемую продукцию (услуги);
- информация о распределении товаров (услуг).

3.2. Индивидуальное задание

Целью индивидуального задания является сбор данных к курсовым работам, выполняемых в последующих семестрах, а также сбор данных для научно-исследовательской работы студента и дипломной работы. Тематика индивидуальных заданий должна быть увязана с программами специальных курсов и отражать конкретные задачи, стоящие перед организацией в связи с переориентацией экономики на рыночные отношения. Вопросы задания заносятся в дневник производственной практики.

Индивидуальное задание нацеливает студента на сбор материала для курсовых работ в соответствии с выбранной тематикой.

При выполнении индивидуального задания необходимо руководствоваться требованиями и методическими указаниями по написанию следующих курсовых работ:

«*Стратегический маркетинг*» - сбор информации о внутренней и внешней среде предприятия; о поставщиках, посредниках, конкурентах, потребителях (ближайшее окружение предприятия) (м/ук 3371).

«*Товарная политика предприятия*» – сбор информации об ассортименте выпускаемой продукции, ее упаковке, товарной марке, маркировки, сервисном обслуживании (м/ук 3051).

4. ОРГАНИЗАЦИЯ РУКОВОДСТВА ПРАКТИКОЙ

Общее руководство управленческой практикой студентов осуществляется кафедрой «Маркетинг».

Непосредственное руководство практикой осуществляется в индивидуальном порядке руководителем от университета (преподавателем кафедры) и руководителем от предприятия.

Руководитель практики от университета обязан:

- ✓ перед началом практики организовать и провести собрание со студентами-практикантами: ознакомить их с целями, задачами и программой практики, провести инструктаж по охране труда и технике безопасности с регистрацией в журнале, обсудить режим работы студентов, составить и довести до сведения график сдачи отчетов на проверку и проведения дифференцированного зачета;
- ✓ в процессе прохождения практики посещать базовые предприятия с целью контроля студентов в вопросах выполнения календарного плана и программы практики, а также решения возникающих организационных вопросов;
- ✓ по окончании практики проверить отчеты и организовать их защиту;
- ✓ по окончании практики дать письменный отзыв в дневнике о выполнении программы практики каждым студентом;
- ✓ дать письменный отчет о прохождении практики по курсу в целом с указанием замечаний, рекомендаций и итогов практики.

Руководитель практики от предприятия назначается приказом директора. Руководитель практики от предприятия несет персональную ответственность за организацию практики и ее проведение в соответствии с утвержденной программой и календарным графиком.

Руководитель практики от предприятия обязан: организовать проведение инструктажа по технике безопасности; организовать ознакомительную экскурсию по предприятию; обеспечить студентов рабочими местами; обеспечить студентам доступ к необходимой информации, не представляющей коммерческой тайны; обеспечить контроль за выполнением практикантами календарного плана и программы практики; вместе с руководителем практики от университета своевременно решать возникающие организационные вопросы; по окончании практики дать письменный отзыв о работе каждого студента-практиканта (отзыв записывается в дневнике), проверить и заверить отчет по практике на данном предприятии.

5. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТОВ

До начала практики каждый студент обязан: ознакомиться с календарным планом и программой прохождения практики; согласовать с руководителем практики от университета тему и содержание индивидуального задания; получить документы, необходимые для оформления на практику на предприятии.

В процессе прохождения практики студент обязан ежедневно заполнять дневник и представить его руководителю практики от кафедры вместе с оформленным отчетом.

В процессе прохождения практики студенты обязаны:

- ✓ строго соблюдать правила охраны труда и техники безопасности;
- ✓ выполнять программу практики в строгом соответствии с календарным графиком;
- ✓ подчиняться правилам внутреннего трудового распорядка, установленным на предприятии;
- ✓ соблюдать трудовую дисциплину;
- ✓ систематически заполнять дневник по практике;
- ✓ своевременно составить и оформить отчет о прохождении практики и предоставить его на проверку руководителю практики от предприятия, а затем - руководителю от университета.

6. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

По окончании практики студент обязан представить руководителю практики от университета **отчет**, оформленный в соответствии с утвержденной программой, и **дневник**, заполненный

студентом и руководителями практики от университета и предприятия. Период прохождения практики (даты прибытия и убытия) заверяются подписями и печатями университета и предприятия (печать канцелярии или отдела кадров).

В соответствующий раздел дневника практики записывается отзыв руководителя практики от вуза.

В разделе дневника «характеристика-отзыв» со стороны руководителя от предприятия должны быть отмечены качество работы студента во время прохождения практики, его технические навыки, квалификация, активность, знания и умения решать практические задачи. Характеристика-отзыв также заверяется печатью предприятия.

Примерный объем отчета 20-30 страниц (компьютерный набор текста, бумага формата А4, шрифт Times New Roman 14pt(пунктов), выполненного с соблюдением следующих параметров размера полей: левое - 30 мм; правое - 10 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм, на одной стороне листа на белорусском или русском языке с межстрочным интервалом 1,13. В этом случае на странице формата А4 следует размещать 38-41 строку по 60-74 знака в строке. Абзац от левого края 12,5мм, выравнивание текста по ширине листа.

Отчет должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе, и включать следующие разделы:

титульный лист;

содержание (с указанием страниц);

введение;

основную часть, которая представляет собой главы, оформленные в соответствии с программой практики;

заключение;

список использованных источников;

приложения, состоящие из необходимых таблиц, копий форм отчетности, графиков, диаграмм и т.п.

Отчет сдается на кафедре «Маркетинг» для проверки. В случае необходимости, руководитель практики, проверяющий отчет, может вернуть его студенту для соответствующей доработки. В отчете не должно быть теоретического изложения вопросов, определений и т.п.

Защита отчета проводится на кафедре в последние 3 дня практики перед комиссией, которая выставляет дифференцированную оценку по десятибалльной системе. Состав комиссии устанавливается кафедрой «Маркетинг». В ходе защиты выясняется степень

выполнения студентом программы практики и индивидуального задания, глубина понимания основных задач практики и основных вопросов, отраженных в отчете. По итогам защиты студент получает зачет с оценкой, которая заносится в зачетную книжку и ведомость.

Студент, не выполнивший программу практики, не представивший отчет или получивший неудовлетворительную оценку при защите, проходит практику повторно в свободное от учебы время. В отдельных случаях декан заочного факультета может рассматривать вопрос об отчислении студента за академическую задолженность.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ	3
2. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	4
3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	5
3.1. Техничко-экономическая характеристика предприятия.....	6
3.2. Индивидуальное задание	6
4. ОРГАНИЗАЦИЯ РУКОВОДСТВА ПРАКТИКОЙ.....	7
5. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТОВ.....	8
6. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ.....	8

ПРОГРАММА УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

**для студентов 4 курса
специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»
специализации 1-26 02 03 07
«Маркетинг предприятий промышленности»
заочной сокращенной формы обучения**

Составители: **Соловьева** Лариса Лукинична
Новикова Людмила Викторовна

Подписано к размещению в электронную библиотеку
ГГТУ им. П. О. Сухого в качестве электронного
учебно-методического документа 10.09.08.

Пер. № 2Э.

E-mail: ic@gstu.gomel.by
<http://www.gstu.gomel.by>