

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

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

ГГТУ им. П.О. Сухого

\_\_\_\_\_ О.Д.Асенчик

«\_20\_»\_\_11\_\_2019 г.

Регистрационный № УД-25-1/пр

ПРОГРАММА  
ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

для специальности:

1 - 26 02 03 «Маркетинг»

2019 г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Е.Н. Карчевская - доцент кафедры «Маркетинг», кандидат географических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой «Маркетинг»  
(протокол № 3 от 18 октября 2019г.);

Научно-методическим советом гуманитарно-экономического факультета  
(протокол № 3 от 19 ноября 2019г.);

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Ознакомительная практика студентов 1 курса дневной формы обучения специальности 1- 26 02 03 «Маркетинг» предусмотрена учебным планом и должна быть нацелена на закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по изучаемым учебным дисциплинам, приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработку умений применять их при решении конкретных экономических вопросов.

*Целью* ознакомительной практики является углубление научно-теоретических знаний по выбранной специальности приобретение навыков практической и исследовательской работы.

Основными *задачами* прохождения ознакомительной практики являются:

- ознакомление с потенциальными сферами профессиональной деятельности;
- формирование общих представлений о функциональной деятельности маркетологов;
- изучение основных методов, применяемых в научной и профессиональной сферах.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» студент после первого курса обучения должен обладать следующими *академическими компетенциями*:

- уметь работать самостоятельно с маркетинговой информацией, имеющейся в доступе;
- владеть исследовательскими навыками поиска новой информации и ее последующей обработкой;
- уметь составить проект аналитической записки на основе полученной информации по заданной теме;
- иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером с использованием профессиональных пакетов прикладных программ.

Студент должен иметь следующие *социально-личностные компетенции*:

- обладать качествами гражданственности, высоким чувством патриотизма и любви к Родине;
- быть способным к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- владеть навыками формирования здорового образа жизни;
- быть способным к критике и самокритике;
- уметь работать в команде и глубоко осознавать общегражданские цели своей профессиональной деятельности;
- знать идеологические, моральные, нравственные ценности государства и уметь следовать им.

Студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* по видам деятельности:

*организационно-управленческая деятельность:*

- работать с законодательно-правовыми актами;
- анализировать и оценивать собранные данные;
- взаимодействовать со специалистами смежных профилей;
- готовить доклады, материалы к презентациям;
- пользоваться глобальными информационными ресурсами.

*учетно-аналитическая деятельность:*

- владеть методами поиска маркетинговой информации;
- знать методы обработки маркетинговой информации;
- владеть теоретическими основами и практическими навыками компьютерной обработки учетно-аналитической информации.

*научно-исследовательская деятельность:*

- проводить самостоятельные научные исследования, связанные с проблемами в области маркетинга;
- определять маркетинговые возможности организации на основе выявления ресурсов внутренней и внешней маркетинговой среды.

В результате прохождения ознакомительной практики студент *должен знать:*

- общую характеристику отраслевых рынков основных экспортных отраслей РБ;
- общую управленческую структуру и структуру службы маркетинга в организациях разных отраслей (в зависимости от объектов ознакомления);
- факторы внешней среды, оказывающие воздействие на работу изучаемых предприятий(объектов ознакомления);
- основных конкурентов предприятий (объектов ознакомления), действующих на рынке Республики Беларусь.

В результате прохождения ознакомительной практики студент *должен уметь:*

- выделить основные факторы внешней среды предприятия;
- определять основных конкурентов исследуемых предприятий;
- выделять основные конкурентные преимущества исследуемых предприятий
- построить карту позиционирования основного вида продукции/услуг.

## Базы практики

Базой ознакомительной практики является кафедра «Маркетинг» ГГТУ им. П.О.Сухого.

В качестве объектов посещения для ознакомления выбираются организации производственной и непромышленной сферы, которые являются ведущими в своей отрасли.

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

Основным организационно-методическим документом, регламентирующим проведение организационно-экономической практики, является данная программа.

### Организация прохождения практики

Сроки начала и окончания практики определяются учебным планом. Практика проводится в соответствии с графиком учебного процесса университета. Продолжительность практики – 2 недели.

Основным документом студента во время прохождения практики является дневник практики на практику.

Руководство ознакомительной практикой осуществляет кафедра «Маркетинг». Для непосредственного учебно-методического руководства практикой и контроля за выполнением программы практики назначается руководитель практики от кафедры.

В обязанности *руководителя практики от кафедры* входит:

- до начала практики согласовать посетить ведущие организации с целью получения согласия руководства предприятия на проведение экскурсии;
- проведение организационного собрания перед началом практики, на котором студенты должны быть ознакомлены с порядком прохождения практики;
- проведение инструктажа по технике безопасности совместно с заведующим кафедрой;
- выдача дневника на практику и индивидуального задания;
- обеспечение учебно-методического руководства практикой;
- организация занятий в учебных аудиториях по темам, предусмотренным программой практики;
- консультирование студентов по вопросам сбора и обработки практического материала для отчета, подготовки и написания отчетов о прохождении практики;

- текущее информирование заведующего кафедрой о ходе практики;
- проверка отчетов студентов по практике, выдача отзывов об их работе, участие в защите отчета с выставлением дифференцированной итоговой оценки.
- подготовка отчета по итогам практики.

*Студент-практикант* обязан:

До начала практики каждый студент обязан:

- ознакомиться со сроками прохождения практики данной и программой прохождения практики;
- согласовать с руководителем практики от университета тему и содержание индивидуального задания:
- посетить все предприятия, согласно программе практики;
- посетить занятия в учебных аудиториях на площадях ГГТУ им. П.О.Сухого, связанные с прохождением практики.

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 в университете;
- соблюдать трудовую дисциплину;
- систематически заполнять дневник по практике;
- своевременно составить и оформить отчет о прохождении практики.

По окончании практики студент обязан:

- представить руководителю практики от университета отчет, оформленный в соответствии с утвержденной программой, и дневник, заполненный студентом;
- защитить отчет в течение двух дней после окончания практики.

В ходе защиты отчета 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 представивший отчет или защитивший его на неудовлетворительную оценку, проходит практику повторно в свободное от учебы время.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В период практики студент должен ознакомиться с технологией производства и организационной структурой организаций (объектов посещения практики). Изучить основные показатели работы данных организаций и отраслевой рынок данных организаций. Рассмотреть маркетинговую среду, в которой функционирует организация.

Студенту рекомендуется ознакомиться с литературой и интернет-источниками (сайт предприятия - обязательно), в которой освещается отечественный и зарубежный опыт работы отдела маркетинга и экономических служб.

Следует изучить нормативные документы, инструкции, методические указания, постановления, законы, действующие в настоящее время и регламентирующие работу изучаемых организаций, уяснить законодательные отличия в их функционировании. 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 изучить и представить в отчете материалы по каждой из посещаемых организаций. Материал может собираться и обрабатываться на площадях ГГТУ им. П.О.Сухого под руководством руководителя практики или вне площадей учебного заведения под руководством в интер-активном режиме. Сбор материала предполагает следующие направления.

*Характеристика отрасли.* Студент изучает материалы статистических источников, которые отражают данные отрасли, в которой работает предприятие. Также указываются лидеры отрасли и доля, занимаемая предприятием на рынке.

*Характеристика предприятия:* история возникновения и развития предприятия; подчиненность; место данного предприятия в структуре народнохозяйственного комплекса области; форма собственности; предмет деятельности и основные цели деятельности предприятия; номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции (услуг); охарактеризовать особенности работы предприятия в условиях рыночных отношений.

*Характеристика внешней среды предприятия:* факторы макросреды, оказывающие влияние на предприятие (демографические, экономические, технологические, социальные, политические и т.д.), потенциальные угрозы и возможности предприятия на основе данных внешней среды, описание конкурентов, поставщиков и посредников предприятия.

На учебных площадях предполагается прохождение практики при обучении методам научного и профессионального анализа.

Индивидуальное задание

Целью индивидуального задания является применение на практике различных маркетинговых методов исследования, анализа и решения проблем, возникающих и выявленных студентами при посещении предприятий.

Тема индивидуального задания и перечень необходимой информации определяются руководителем практики от университета и вносятся в дневник до начала практики. Выполненное индивидуальное задание вносится в отчет в виде отдельной главы и так же, как и отчет является основанием для выставления студенту оценки по практике.

### 3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Календарный график прохождения ознакомительной практики представлен в табл.1.

Таблица 1 - Календарный график прохождения ознакомительной практики

№ п/п	Мероприятия	Срок выполнения
1.	Инструктаж по технике безопасности. Сбор общих данных о посещаемых предприятиях, обзор истории создания и работы предприятий, которые студенты будут посещать во время ознакомительной практики	1 день
2.	Посещение объекта 1 (организации производственной отрасли группы А)	1 день
3.	Изучение отраслевого рынка объекта 1	1 день
4.	Учебное занятие: фокус группа (общая подготовка)	1 день
5.	Посещение объекта 2 (организации производственной отрасли группы Б)	1 день
6.	Изучение отраслевого рынка объекта 2	1 день
7.	Учебное занятие: фокус группа (метод 635)	1 день
8.	Посещение объекта 3 (организации непромышленной сферы)	1 день
9.	Изучение отраслевого рынка объекта 3	1 день
10	Учебное занятие: фокус группа (метод мозгового штурма)	1 день
11.	Работа над индивидуальным заданием	2 дня
12.	Защита отчета согласно расписания кафедры	-

Рабочий день практиканта устанавливается в соответствии с учебным расписанием основных занятий и задачами, решаемыми по практике.



По субботам в случае необходимости практикант имеет право получать консультации по прохождению практики на кафедре.

### Оформление отчета

Примерный объем отчета 15-20 страниц без приложений (компьютерный набор текста, бумага формата А4, шрифт 14pt).

Оформление отчета происходит, исходя из требований оформления курсовых и дипломных работ. Данные требования даны в указаниях по оформлению курсовых и дипломных работ. В электронном виде данные указания находятся на учебном портале ГГТУ им. П.О.Сухого (кафедра «Маркетинг»), а также на кафедре. Оформление титульного листа представлено в ПРИЛОЖЕНИИ.

Содержание основной части отчета о прохождении практики представлено в таблице 2 (титульный лист при нумерации считается листом 1, содержание – лист номер 2, введение начинается с листа номер 3).

Таблица 2 - Содержание основной части отчета

№ п/п	Наименование и содержание раздела	Объем (стр.)
	Введение	1
1.	Характеристика отрасли организации (объект 1)	3
2.	Характеристика отрасли организации (объект 2)	3
3.	Характеристика отрасли организации (объект 3)	3
4.	Индивидуальное задание	3
	Заключение	1
	Список использованных источников	1
	Приложения	...
	Итого	15

Список использованных источников должен содержать перечень источников информации, на которые в отчете о прохождении практики приводятся ссылки. В список следует включать все изученные источники. Источники следует располагать в порядке появления ссылок в тексте отчета о прохождении практики.

В приложения следует относить вспомогательный материал, необходимый для полноты раскрытия вопросов, изученных во время прохождения практики и отраженных в индивидуальном задании.

#### *Характеристика отрасли.*

В общей характеристике отрасли студентам необходимо изучить

статистические сборники по изучаемой отрасли и отразить в отчете динамику основных показателей работы отрасли.

Исследование предполагает заполнение следующих таблиц:

Таблица 3 - Производство по областям и г. Минску (натуральные или стоимостные ед. изм)

Годы	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Республика Беларусь							
Брестская область							
Витебская область							
Гомельская область							
Гродненская область							
г. Минск							
Минская область							
Могилевская область							

Таблица 4 – Соотношение отечественного и иностранного производства, %

Наименование	2017		2018	
	отечественного производства	иностранного происхождения	отечественного производства	иностранного происхождения

Таблица 5 - Индексы цен производителей на отдельные виды продукции, %

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018

### *Характеристика предприятия.*

В общей характеристике предприятия указывается отраслевая принадлежность организации (предприятия), министерство, к которому предприятие относится, год организации предприятия, правовая форма собственности, организационная структура управления.

### *Характеристика внешней среды предприятия:*

Оценка внешней среды предприятий предполагает описание действия факторов макросреды, воздействующих на предприятие.

Эти факторы сводятся в следующую таблицу 6:

Таблица 6- Качественный анализ факторов макросреды среды

Наименование фактора	Сущность фактора	Направление воздействия

Кроме того студентам необходимо выявить конкурентов, которые работают на рынке и проанализировать их слабые и сильные стороны в сравнении с посещенным предприятием.

По итогам составляется карта позиционирования по основному продукту (рисунок 1):



Рисунок 1 – карта позиционирования товара

### Индивидуальное задание.

#### Морфологический ящик

Студентам необходимо разработать вариации товаров/услуг для исследуемых предприятий с помощью метода морфологического анализа

1. Точно сформулировать проблему, подлежащую решению. Необходимо исследовать проблему. Нужна максимально точная формулировка цели морфологического исследования, снятие акцента директивности, возможная переформулировка или уточнение цели.

2. Выявить и охарактеризовать все параметры, которые могли бы войти в решение заданной проблемы. При анализе задач «на устройство» под параметром следует понимать функциональный узел этого устройства, при анализе задач «на способ» - операцию, осуществляющую достижение той или иной целевой функции. Все параметры должны быть примерно равнозначимы с точки зрения поставленной цели.

3. Сконструировать морфологический ящик или многомерную матрицу, содержащую все решения заданной проблемы. Основная рекомендация - никаких оценок вариантов не следует проводить до полного оформления морфологического множества

4. Все решения, содержащиеся в морфологическом ящике, внимательно проанализировать и оценить с точки зрения целей, которые должны быть достигнуты. Для каждой строки морфологической таблицы проверить, являются ли частные варианты реализации параметра альтернативными и является ли осмысленным вариант «отсутствует»

5. Выбрать и реализовать наилучшие решения (при условии наличия необходимых средств).

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«Гомельский государственный технический университет имени П.О.Сухого»

Кафедра «Маркетинг»

О Т Ч Е Т  
о прохождении ознакомительной практики

Выполнил  
студент группы

(подпись)

(Ф.И.О.)

Руководитель практики  
от университета:

(подпись)

(Ф.И.О.)

Гомель 20\_\_