

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

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор ГГТУ  
им. П.О. Сухого

\_\_\_\_\_ О.Д.Асенчик

« 22 » 03 2024

Регистрационный № УД - 06-2/пр

**ПРОГРАММА  
ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ**

для специальности  
6-05-0412-04 «Маркетинг»

2024 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Е.Н.Карчевская, доцент кафедры «Маркетинг и отраслевая экономика»,  
кандидат географических наук, доцент;

А.О.Шкабарина, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и  
отраслевая экономика»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой «Маркетинг и отраслевая экономика» учреждения образования  
«Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»  
(протокол № 8 от 01.03.2024)

Научно-методическим советом гуманитарно-экономического факультета  
учреждения образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П.О. Сухого»  
(протокол № 7 от 19.03.2024)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник ОКРими ОАО «Гомельский ЭМЗ» Шишканова Ж.А.

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Ознакомительная практика студентов 1 курса дневной формы обучения специальности 6-05-0412-04 «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.

Программа разработана на основе компетентного подхода требований к формированию компетенций, сформулированных в образовательном стандарте ОСВО 6-05-0412-04 специальности «Маркетинг».

*Целью* ознакомительной практики является подготовка к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин, а также усиление связи теоретической подготовки студентов с практической деятельностью организаций, приобретение навыков практической и исследовательской работы.

Основными *задачами* прохождения ознакомительной практики являются:

- закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний при изучении экономических и маркетинговых дисциплин;
- расширение понимания сущности и социальной значимости будущей специальности;
- приобретение навыков в сборе необходимой информации для проведения дальнейших аналитических исследований;
- расширение и закрепление навыков работы с методической, научной литературой и нормативными документами;
- ознакомлении с маркетинговой деятельностью организаций;
- сборе практического и теоретического материала, его обработке и систематизации для написания отчета;
- изучение основных методов, применяемых в научной и профессиональной сферах.

По окончании ознакомительной практики студент 6-05-0412-04 «Маркетинг» приобретает следующие *универсальные компетенции* (далее – УК):

- УК-1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.
- УК-2. Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий.
- УК-4. Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия.
- УК-5. Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности.
- УК-6. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в

профессиональной деятельности.

Студент, освоивший программу ознакомительной практики, должен обладать следующими *базовыми профессиональными компетенциями* (далее БПК):

– БПК-1. Использовать основные математические понятия и методы вычислений для анализа и моделирования экономических процессов;

– БПК-2. Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов, устанавливать статистические закономерности их развития.

- БПК-4. Понимать мотивы поведения субъектов рыночной экономики, особенности экономических процессов в Республике Беларусь и других странах, анализировать экономическую информацию, применять полученные теоретические знания в качестве методологической основы изучения прикладных экономических дисциплин.

- БПК-5. Понимать поведение потребителей и организаций в рыночной экономике, механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках, условия общего экономического равновесия, направления, инструменты и границы государственной микроэкономической политики, применять теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора.

- БПК-8. Понимать особенности и механизм функционирования национальной экономики, оценивать ресурсный потенциал и конкурентные преимущества, определять тенденции и перспективы ее развития для решения текущих экономических проблем и реализации стратегических целей и задач социально-экономического развития Республики Беларусь;

- БПК-9. Понимать основные понятия, концепции и виды маркетинга, реализовывать процесс сегментирования рынка и позиционирования организации/товара на нём, использовать аналитический инструментарий для планирования и реализации концепции маркетинга, оценивать эффективность маркетинговой деятельности.

- БПК-10. Понимать особенности реализации стратегического маркетинга в деятельности организаций разной отраслевой направленности, проводить аудит маркетинга, определять целевой рынок, оценивать конкурентный потенциал бизнеса, уверенно пользоваться различными методами при разработке маркетинговых стратегий.

- БПК-12. Организовывать и проводить маркетинговые исследования и аналитику рыночных данных с учетом методологии маркетинговых исследований.

- БПК-13. Внедрять систему интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельность организации, реализовывать эффективное продвижение товаров и услуг на рынке, планировать тактические и стратегические программы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Прохождение ознакомительной практики помогает создать условия для формирования интеллектуально развитой личности обучающегося, которая отличается стремлением к профессиональному совершенствованию, активному участию в экономической и социально-культурной жизни страны, а также обладает гражданской ответственностью и патриотизмом.

В результате прохождения ознакомительной практики студент должен *знать*:

- общую характеристику основных отраслей экономики 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 организаций (объектов ознакомления);
- основных конкурентов организаций (объектов ознакомления), действующих на рынке Республики Беларусь.

В результате прохождения ознакомительной практики студент *должен уметь*:

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

*База ознакомительной практики.* В качестве объектов посещения для ознакомления выбираются организации различных форм собственности и различной отраслевой принадлежности, а также научно-исследовательские и проектные институты, городские и районные службы занятости, банки, коммерческие фирмы и другие структуры. Выбор объектов практики осуществляется профилирующей кафедрой с учетом задач практики и возможности их реализации на организации.

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

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

*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.

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

В обязанности *руководителя практики от кафедры* входит:

- согласование графика посещения ведущих организации;
- 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, подготовки и написания отчета о прохождении практики;
- текущее информирование заведующего кафедрой о ходе практики;
- после окончания практики, принятие дифференцированного зачета у студентов;
- анализ выполнения программ практики и подготовка отчета по итогам практики.

*До начала практики каждый студент обязан:*

- ознакомиться со сроками прохождения и программой практики;
- согласовать с руководителем практики от университета тему и содержание индивидуального задания;
- посетить все организации, согласно программе практики;
- посетить занятия в учебных аудиториях УО ГГТУ имени 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;

– в течение двух дней после окончания практики защитить дифференцированный зачет.

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 организации - 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 в УО ГГТУ им. П.О.Сухого под руководством руководителя практики или в интерактивном режиме.

Сбор материала предполагает следующие направления.

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

*Характеристика организации:* история возникновения и развития организации; подчиненность; место данной организации в структуре национальной экономики; форма собственности; предмет деятельности и основные цели деятельности организации; номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции (услуг); особенности работы организации в условиях рыночных отношений.

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

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

*Индивидуальное задание:* 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.

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

### 3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Календарный график прохождения ознакомительной практики представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1. – Календарный график прохождения ознакомительной практики

Мероприятия	Срок выполнения
Ознакомление с программой практики, получение индивидуальных заданий. Инструктаж по вопросам охраны труда и техники безопасности	1 день
Посещение объекта 1 (организации производственной отрасли группы А)	1 день
Изучение отраслевого рынка объекта 1	1 день
Учебное занятие: фокус группа (общая подготовка)	1 день
Посещение объекта 2 (организации производственной отрасли группы Б)	1 день
Изучение отраслевого рынка объекта 2	1 день
Учебное занятие: фокус группа (метод 635)	1 день
Посещение объекта 3 (организации непромышленной сферы)	1 день
Изучение отраслевого рынка объекта 3	1 день
Учебное занятие: фокус группа (метод мозгового штурма)	1 день
Работа над индивидуальным заданием	2 дня
Защита отчета согласно расписанию 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

Отчет по ознакомительной практике является основным документом при сдаче студентом дифференцированного зачета. Примерный объем отчета 15-20 страниц без приложений (компьютерный набор текста, бумага формата А4, шрифт 14 pt). Отчет должен отражать умение практиканта творчески анализировать и критически оценивать поставленные вопросы, а также применять теоретические знания, полученные во время учебы в университете.

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 УО ГГТУ имени П.О.Сухого (кафедра «Маркетинг и отраслевая экономика»), а также на кафедре. Оформление титульного листа представлено в ПРИЛОЖЕНИИ А.

Содержание основной части отчета о прохождении практики представлено в таблице 3.2 (титульный лист при нумерации считается листом 1, содержание – лист номер 2 (пример содержания представлен в ПРИЛОЖЕНИИ Б), введение начинается с листа номер 3.

Таблица 3.2. – Содержание основной части отчета

Наименование и содержание раздела	Объем, стр.
Введение	1
Характеристика отрасли организации (объект 1)	3
Характеристика отрасли организации (объект 2)	3
Характеристика отрасли организации (объект 3)	3
Индивидуальное задание	3
Заключение	1
Список использованных источников	1
Приложения	...
Итого	15-20

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.

В процессе прохождения практики студент должен провести исследования и в последующем отразить их в отчете по следующим направлениям:

*1. 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 таблиц (таблицы 3.3, 3.4).

Таблица 3.3 – Основные показатели по виду экономической деятельности

Показатели	Годы				
	202_	202_	202_	202_	202_
Количество организаций, единиц					
Объем промышленного производства, ден. ед.					
- в сопоставимых ценах, %					
- предыдущий год, %					
Удельный вес вида экономической деятельности в общем объеме промышленного производства, %					
Среднесписочная численность работников, тыс. человек					
Удельный вес среднесписочной численности работников вида экономической деятельности в среднесписочной численности работников промышленности, %					
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников, ден.ед.					
- в процентах к номинальной начисленной среднемесячной заработной плате работников промышленности					
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, ден.ед.					
Рентабельность продаж, %					

Таблица 3.4 – Структура объема производства по областям и городу Минску, %

Области	Годы				
	202_	202_	202_	202_	202_

Брестская					
Минская					
Гродненская					
Гомельская					
Витебская					
г. Минск					
Могилевская					

*Характеристика организации.*

В общей характеристике организации указывается отраслевая принадлежность организации; история возникновения и развития организации; подчиненность; форма собственности; предмет деятельности и основные цели деятельности организации; номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции (услуг).

*Характеристика внешней среды организации.*

Оценка внешней среды предполагает описание действия факторов макросреды, воздействующих на организацию. Эти факторы сводятся в следующую таблицу 3.6.

Таблица 3.6. – 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 посещаемой организацией.

По итогам составляется карта позиционирования по основному продукту (рисунок 3.1).



**Рисунок 3.1 – Карта позиционирования товара**

## **5. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

Студентам необходимо разработать вариации товаров/услуг для исследуемых организаций 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).

*Титульный лист отчета по ознакомительной практике*

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ГОМЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ П.О.СУХОГО»

Кафедра «Маркетинг и отраслевая экономика»

ОТЧЁТ  
о прохождении ознакомительной практики

Выполнил(а): студент (ка) группы

Дата, подпись

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Руководитель практики от  
университета:

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность)

ГОМЕЛЬ 202\_\_

*Пример оглавления отчета*

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ХАРАКТЕРИСТИКА ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	4
1.1. Анализ деятельности ОАО «8 Марта».....	6
1.2. Анализ деятельности ОАО «Коминтерн».....	7
1.3. Анализ деятельности РУП «Гомельская фабрика художественных изделий «Любна».....	8
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	9
2.1. Анализ деятельности ОАО «Гомельхлебпром».....	11
2.2. Анализ деятельности ОАО «Спартак».....	12
3. ХАРАКТЕРИСТИКА СФЕРЫ УСЛУГ.....	13
3.1. Анализ деятельности ТК «СлавияТур».....	15
3.2. Анализ деятельности ТРЦ «Мандарин Плаза».....	16
4. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ.....	17
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	19
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	20
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	21