



Министерство образования Республики Беларусь

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

Кафедра «Маркетинг»

Л. Л. Соловьева, Л. В. Новикова

ПРОГРАММА

**организационно-управленческой практики
для студентов 5 курса специальности 1-26 02 03
«Маркетинг» специализации 1-26 02 03 07
«Маркетинг предприятий промышленности»
заочной формы обучения**

Гомель 2010

УДК 658(075.8)
ББК 65.291.3я73
С60

*Рекомендовано научно-методическим советом
заочного факультета ГГТУ им. П. О. Сухого
(протокол № 1 от 29.09.2009 г.)*

Рецензент: канд. экон. наук, доц. каф. «Менеджмент» ГГТУ им. П. О. Сухого
Л. М. Лапицкая

Соловьева, Л. Л.
С60 Программа организационно-управленческой практики для студентов 5 курса специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 07 «Маркетинг предприятий промышленности» заоч. формы обучения / Л. Л. Соловьева, Л. В. Новикова. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2010. – 13 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://lib.gstu.local>. – Загл. с титул. экрана.

Определены цели и задачи практики, рассмотрены вопросы организации практики, обязанности студентов и руководителей, рассмотрены требования к содержанию отчета, порядок сдачи и защиты отчета.

Для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 07 «Маркетинг предприятий промышленности» заочной формы обучения.

УДК 658(075.8)
ББК 65.291.3я73

© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2010

ВВЕДЕНИЕ

Многообразие форм собственности, конкуренция между ними, выход предприятий на международные рынки обуславливают появление новых требований к управлению и производству. Эффективность производства все в большей степени зависит от компетентности специалистов, способных предвидеть и оценить рыночную конъюнктуру, разработать эффективную стратегию выживания, привнести в сферу своей деятельности свежие экономические идеи.

В связи с этим особую значимость и актуальность приобретают вопросы более широкого использования теории и практики маркетинга в деятельности предприятий и организаций Республики Беларусь.

В настоящее время нужны специалисты, профессионально владеющие методологией маркетинга.

Специалисту по маркетингу на практике необходимо уметь осуществлять стратегическое планирование и управление в условиях рынка. Все его мастерство и умение следует направить на достижение высокой прибыльности предприятия и повышение его конкурентоспособности.

Специалист должен обладать навыками в следующих областях:

- обеспечение эффективной деятельности предприятия, его стабильного финансового положения, устойчивых позиций на рынке;
- оценка рыночной ситуации, прогноз ее развития;
- определение текущих целей и задач предприятия и способов их достижения;
- оценка слабых и сильных сторон деятельности предприятия и конкурентов, выявление факторов коммерческого успеха;
- формирование условий для повышения конкурентоспособности предприятия, разработка стратегии развития;
- разработка комплекса маркетинга, включая товарную, ценовую, сбытовую политику и политику стимулирования сбыта;
- проведение маркетинговых исследований.

Организационно-управленческая практика обеспечивает формирование навыков по использованию полученных в университете теоретических знаний в конкретных условиях работы предприятий и организаций Республики Беларусь. Она проводится в

соответствии с учебным планом, Положением о производственной практике студентов высших учебных заведений Республики Беларусь.

Организационно-управленческая практика является составной частью подготовки специалистов в Гомельском государственном техническом университете имени П.О.Сухого. Практика 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 формы обучения на 5 курсе в 9 семестре.

Продолжительность организационно-управленческой практики - 4 недели.

В программе рассмотрены вопросы организации организационно-управленческой практики студентов, сформулированы цель и задачи практики, содержание, методические рекомендации по ее проведению, порядок выполнения индивидуального задания, 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 организационно-управленческой практики, является данная программа.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель организационно-управленческой практики - выработать у студентов навыки 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 организационно-управленческой практики являются:

- изучение системы технико-экономических показателей предприятия;
- изучение работы отдела маркетинга (отдела сбыта) на предприятии;
- ознакомление с работой организаций в области управленческой деятельности;

анализ внешних и внутренних факторов маркетинговой среды, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность предприятия;

разработка рекомендаций по совершенствованию товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики предприятия;

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 «Маркетинговые коммуникации», «Логистика», «Стратегический маркетинг», «Товарная политика предприятия», «Анализ внешней маркетинговой среды».

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Организационно-управленческой практика по специализации «Маркетинг предприятий промышленности» для студентов заочной формы обучения организуется в основном на предприятиях (организациях) промышленного профиля различных форм собственности. 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, сбыта, снабжения, договорные отделы и другие.

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

Календарный график прохождения организационно-управленческой практики представлен в табл.1.

Таблица 1. Календарный график прохождения организационно-управленческой практики

Мероприятия	Срок выполнения
1. Приезд на предприятие, размещение, оформление документов. Инструктаж по технике безопасности	1 день
2. Проведение ознакомительной экскурсии по предприятию	1 день
3. Сбор, изучение и обработка данных, характеризующих технико-экономическую сторону работы предприятия	5 дней
4. Сбор данных для выполнения индивидуального задания	15 дней
5. Оформление и защита отчета	5 дней

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В период практики студент должен ознакомиться с работой предприятия, 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. Технико-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;
- информация о ценах на выпускаемую продукцию;
- информация о распределении товаров.

3.2. Индивидуальное задание

Целью индивидуального задания является сбор данных к курсовым работам, выполняемых в последующих семестрах (9 - 11), а также сбор данных для научно-исследовательской работы студентов (НИРС) 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.

При выполнении индивидуального задания необходимо руководствоваться следующими требованиями и методическими указаниями по выполнению курсовых работ:

«Логистика» - сбор информации, характеризующей деятельность служб закупочной и сбытовой логистики предприятия на основе соответствующих материальных и информационных потоков. Особое внимание уделить организационному построению данных служб, характеристике поставщиков, системам управления запасами сырья и материалов, готовой продукции.

«Маркетинговые коммуникации» - проанализировать политику продвижения товаров на рынок: информация о средствах рекламы, стимулирования сбыта, личных продажах, связях с общественностью; бюджет на проведение этих мероприятий и каким образом определяется экономическая эффективность от рекламной кампании на объекте исследования (м/ук 3137).

«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).

«Анализ внешней среды предприятия» - сбор информации о влиянии групп факторов макро- и микросреды на деятельность исследуемого предприятия (м/ук 3692).

4. ОРГАНИЗАЦИЯ РУКОВОДСТВА ПРАКТИКОЙ

Общее руководство организационно-управленческой 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 и несет персональную ответственность за организацию практики и ее проведение в соответствии с утвержденной программой и календарным графиком непосредственно на рабочем месте практиканта.

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, заверенный печатью предприятия (базы практики). Приложение А.

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:

дневник;

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 документов, графиков, диаграмм и т.п.

Отчет сдается на кафедру 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.

Дневник должен быть заполнен студентом и руководителями практики от университета и предприятия. Период прохождения практики заверяются 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.

Защита отчета проводится на кафедре в последние 3 дня практики комиссионно. 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 оценку, 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 или может быть отчислен за академическую задолженность.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ.....	4
2. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ	5
3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	6
3.1. Техничко-экономическая характеристика предприятия.....	7
3.2. Индивидуальное задание	7
4. ОРГАНИЗАЦИЯ РУКОВОДСТВА ПРАКТИКОЙ.....	8
5. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТОВ	9
6. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ	9
ПРИЛОЖЕНИЕ	

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Образец оформления титульного листа отчета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОМЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени П.О.СУХОГО»

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ»

ОТЧЕТ
ПО ОРГАНИЗАЦИОННО - УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ
НА ОАО «ГОМЕЛЬСТЕКЛО»

Выполнил
Студент (ка) гр.ЗМГ-51
Иванов И.И.
(дата, подпись)

Проверил

ГОМЕЛЬ 2009

**Соловьева Лариса Лукинична
Новикова Людмила Викторовна**

**ПРОГРАММА
организационно-управленческой практики
для студентов 5 курса специальности 1-26 02 03
«Маркетинг» специализации 1-26 02 03 07
«Маркетинг предприятий промышленности»
заочной формы обучения**

Подписано к размещению в электронную библиотеку
ГГТУ им. П. О. Сухого в качестве электронного
учебно-методического документа 15.02.09.

Пер. № 119Е.

E-mail: ic@gstu.by

<http://www.gstu.by>