

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
(Филиал ФГБОУ ВПО «БГУЭП» в г. Усть-Илимске)

Программа
производственной практики

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Профиль подготовки:
Квалификация (степень) выпускника *Бакалавр*
Форма обучения *Очная*

	Очное обучение
Курс	3
Семестр	6
Всего часов	324
Дифференцированный зачет	6

Усть-Илимск 2012

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП БАКАЛАВРИАТА.....	4
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	8
4.1. Базы практик.....	8
4.2. Рабочее место студентов.....	8
4.3. Обязанности руководителя практики – представителя вуза.....	8
4.4. Функции предприятия – базы практики и обязанности руководителя практики – представителя предприятия:.....	9
4.5. Обязанности и права студента.....	9
5. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	10
6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ.....	11
6.1. Текущий контроль.....	11
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Закрепить теоретические знания, полученные студентами за время обучения в вузе, познакомиться с практическими методами и навыками для будущей учебно-исследовательской, маркетинговой и предпринимательской деятельности, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. В частности, в процессе производственной практики студенты должны приобрести навыки решения управленческих задач по формированию, развитию и использованию проектно-ориентированных маркетинговых систем предприятий и организаций, а также навыки разработки документов нормативно-методического обеспечения системы управления маркетингом на предприятии (в организации).

Задачи производственной практики

1. Ознакомление со статусом, организационно-правовой формой, миссией предприятия (организации), основными направлениями его деятельности, историей развития.

2. Изучение федеральных и отраслевых нормативных, инструктивных и методических материалов, на основании которых осуществляется деятельность предприятия, в том числе маркетинговая.

3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации) путем отбора и анализа в динамике соответствующей совокупности показателей.

4. Изучение маркетинговой деятельности предприятия и ее отдельных направлений, выявление проблем и недостатков в маркетинговой деятельности и определение направлений ее совершенствования и повышения эффективности.

5. Участие в практической работе соответствующего подразделения предприятия.

6. Систематизация собранных материалов в соответствии с темой и структурой выпускной квалификационной работы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП БАКАЛАВРИАТА

Студенты, обучающиеся по направлению «Экономика» подготовки бакалавров, проходят производственную практику, которая является обязательной частью Федерального государственного стандарта высшего профессионального образования ООП. Производственная практика организуется и проводится на базе всех изученных дисциплин профессионального цикла.

Для освоения программы производственной практики студент должен:

знать:

- основные нормативные правовые документы;
- основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией;
- систему сбора и обработки экономической информации;
- состав и функции экономических служб и подразделений;
- организационную структуру и систему менеджмента;
- специфику деятельности предприятия, его отдельных производств и видов деятельности;
- особенности формирования производственной программы предприятия, номенклатуры, ассортимента продукции, затрат и других экономических показателей;
- особенности организации труда, формы и системы заработной платы.

Уметь:

- использовать основные законодательные и нормативные документы и материалы при выполнении отчета и выпускной квалификационной работы;
- работать в коллективе;
- находить правильные организационно-управленческие решения;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на деятельность предприятия;
- использовать методы анализа экономической информации, ее оценки;
- рассчитывать основные экономические показатели деятельности предприятия;
- выявлять и обосновывать резервы производства;
- осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.

владеть:

- навыками сбора, анализа и обработки исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- навыками расчета основных экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы;
- навыками выполнения необходимых расчетов для составления экономических разделов планов, обоснования их и предоставления результатов работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;
- навыками подготовки аналитического отчета;
- навыками использования современных технических средств и информационных технологий для решения аналитических и исследовательских задач;
- навыками работы с компьютером и соблюдения основных требований информационной безопасности;
- навыками получения, хранения, переработки информации, работы с компьютером как средством управления информацией, способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;

- навыками организации деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта;
- навыками использования современных технических средств и информационных технологий для решения коммуникативных задач;
- способностью критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и умением разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций

Компетентностная карта дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции
Общекультурные компетенции	
(ОК-7)	Готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе
(ОК-8) частично	Способность находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность
(ОК-11)Способность к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства	Осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
(ОК-9)	
(ОК-12)	Способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны
(ОК-13)	Владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
(ОК-15)	Владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
Профессиональные компетенции	
(ПК-1)	
Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов

телей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов(ПК-2)	
(ПК-3)	Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
(ПК-4)	Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач
(ПК-5)	Способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
(ПК-6)	Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
(ПК-7)	Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
(ПК-8)	Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
(ПК-9)	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет
(ПК-10)	Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии
(ПК-11)	Способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта
(ПК-12)	Способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии
(ПК-13)	Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;
- основные стандарты и принципы финансового учета и подготовки финансовой отчетности;
- основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности;
- основные системы управленческого учета;

– основы своевременного предвидения и учета возникновения позитивных и негативных тенденций экономического развития, разработки мероприятий по локализации и устранению недостатков, определения потребности в изменениях и нововведениях.

уметь:

– анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;

– анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

– использовать техники финансового учета для формирования финансовой отчетности организации;

– анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;

– калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета;

– оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;

– обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;

– проводить оценку финансовых инструментов;

– применять модели управления запасами, планировать потребность организации в запасах.

владеть:

– методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;

– методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков;

– современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.

4. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 9 зачетных единиц (324 часов).

4.1. Базы практик

Студенты проходят производственную практику на предприятиях и организациях любой сферы деятельности. Местом прохождения производственной практики могут быть предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, частные, хозяйственные товарищества и общества), некоммерческие организации и объединения, органы государственной власти и муниципального управления.

В качестве требований следует отметить наличие квалифицированных кадров для руководства практикой студентов.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого кафедрой перечня, или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия, подписанного договора.

Студенты направляются на практику приказом по личному составу студентов, который издается не позднее дня начала прохождения практики, в котором указываются: ФИО студента, учебная группа, руководители практики от факультета, место прохождения практики (юридическое наименование организации), адрес места прохождения практики, контактный телефон, руководитель практики от кафедры.

4.2. Рабочее место студентов

При выборе места производственной практики студенту и его руководителю необходимо иметь в виду, что выполняемая студентом практическая работа должна отвечать следующим требованиям:

- обязательно соответствовать квалификации «бакалавр» направления «Экономика»;
- соответствовать научным интересам, уровню и направлению подготовки студента;
- быть актуальной и содержать новые результаты.

В период производственной практики студент работает в экономических или маркетинговых службах и отделах предприятия. На крупных предприятиях студент может проходить практику в одном из подразделений основного производства.

На период практики предприятие может зачислить студента-практиканта на штатную должность, профиль которой отвечает программе практики. В случае отсутствия такой возможности студент выполняет обязанности помощника соответствующего работника данного подразделения предприятия.

Для руководства практикой студентов предприятие выделяет квалифицированных специалистов, которые создают студентам необходимые условия для успешного прохождения практики, знакомят их с предприятием, обеспечивают доступ к необходимой документации.

Во время производственной практики студент должен выполнять правила внутреннего распорядка, действующие на предприятии, участвовать вместе с работниками службы труда предприятия в выполнении текущих работ, в маркетинговых и других исследованиях и прочих действиях согласно конкретного задания.

Сроки прохождения производственной практики определены рабочим учебным планом – 3 курс, 6 семестр.

Производственная практика студентов проводится на предприятиях в течение 6 недель по окончании летней сессии.

4.3. Обязанности руководителя практики – представителя вуза

Общее руководство практикой студентов осуществляется преподавателем кафедры маркетинга. Руководитель обязан:

- систематически проверять ход производственной практики и его соответствие программе;
- оказывать студентам-практикантам необходимую помощь по выполнению программы практики;
- проверять отчеты о прохождении практики, дать отзыв и оценить согласно рейтинговой оценки по 100-балльной системе.

Студентам в течение практики рекомендуется систематически обращаться на кафедру маркетинга по всем вопросам, возникающим в ходе выполнения программы.

4.4. Функции предприятия – базы практики и обязанности руководителя практики – представителя предприятия:

- создает условия для приобретения студентами в период прохождения практики необходимых практических навыков по специальности;
- прикрепляет студентов к наиболее опытным работникам;
- контролирует соблюдение студентами правил внутреннего трудового распорядка, установленных в данной организации;
- осуществляет наблюдение за студентами, знакомит студентов со структурой, характером и режимом работы организации – базы практики;
- распределяет студентов по рабочим местам;
- утверждает рабочий план прохождения практики студента;
- организует обучение студентов необходимым практическим навыкам, а также обеспечивает условия выполнения студентами программы практики;
- предоставляет практикантам возможность изучать необходимые материалы, нормативную и справочную документацию по профилю работы;
- составляет по окончании практики подробную характеристику на студента, содержащую данные о выполнении обязательной программы, об отношении студента к работе с оценкой его умения применять теоретические знания на практике и возможность использования практиканта после окончания обучения на той или иной работе. Характеристика утверждается руководителем организации, учреждения или предприятия, принявшего студента на практику.

В период прохождения практики руководитель вправе давать студентам конкретные задания (поручения), не противоречащие программе практики, контролировать их выполнение, вносить предложения для совершенствования образовательного процесса.

4.5. Обязанности и права студента

Студенты, направленные на практику обязаны:

- до начала практики внимательно изучить ее программу;
- своевременно прибыть на базу практики;
- соблюдать правила внутреннего распорядка организаций и учреждений, в которых проводится практика;
- точно и своевременно выполнять все указания руководителя практики;
- представить на кафедру подписанный непосредственным руководителем практики от организации письменный отчет о прохождении практики с приложением к нему необходимых материалов. Отчет о практике должен содержать сведения о выполненной студентом работе, а также краткое описание его деятельности, выводы и предложения.

5. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преимущественной формой проведения производственной практики является практика, предполагающая работу в конкретной организации. В ряде случаев производственная практика может проводиться в рамках бизнес-инкубатора кафедры маркетинга.

Выполняемые на практике работы могут быть разделены на несколько групп, в том числе:

- организационно-управленческие и отчасти экономические работы – выполнение функциональных обязанностей маркетолога по поручению руководителя практики от организации (наставника);
- информационно-аналитические работы – сбор и анализ информации в соответствии с программой практики и подготовка отчета; сбор информации для подготовки выпускной квалификационной работы;
- проектные работы – участие в разработке и внедрении проектов маркетингового и рекламного характера в организации, разработка собственных предложений по совершенствованию деятельности и маркетинга организации.

Работа, выполняемая студентом при прохождении производственной практики, должна быть составной частью подготовки к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая и экономическая;
- информационно-аналитическая;
- предпринимательская.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

6.1. Текущий контроль

Текущий контроль рекомендуется осуществлять в соответствии с разработанной рейтинговой системой по дисциплине:

Структура и содержание производственной практики

п/п	Этапы практики	Виды производственной работы на практике, включая самостоятельную работу студента	Формы текущего контроля
1.	Организационный	Оформление документов для прохождения учебной практики. Прибытие на базу-практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение вводного инструктажа.	Знакомство с коллективом. Устная беседа с руководителем практики от предприятия.
2.	Прохождение практики	1. Сбор материала для написания отчета по практике (см. п. 9). 2. Сбор материала для написания выпускной квалификационной работы. 3. Участие в выполнении отдельных видов работ, а также разработке и реализации проектов в области маркетинга организации. 4. Самостоятельное выполнение отдельных видов работ в рамках должностных обязанностей маркетолога (по заданию руководителя практикой от предприятия).	Консультации с руководителем практики от базы практики и руководителя от кафедры. Отзыв руководителя практики от предприятия.
3.	Отчетный	Обработка и систематизация собранного нормативного и фактического материала. Оформление отчета о прохождении практики.	Защита отчета о прохождении практики

Ежедневный регламент работы студента–практиканта включает в себя не менее 4-х часов работы на предприятии, а также время, необходимое для сбора и обработки материалов, занятий в библиотеке, консультаций на кафедре и т.д.

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике

При прохождении производственной практики используются традиционные научные технологии, а также специальные методы проведения эмпирических исследований (анализ документов, наблюдение, опрос).

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике

В ходе производственной практики необходимо собрать информацию, провести ее анализ и представить в отчете в соответствии со следующими разделами.

Раздел 1. Общая характеристика предприятия (организации)

Статус, организационно-правовая форма предприятия, цели и задачи предприятия, основные виды деятельности. История предприятия, его прошлые успехи и проблемы. Динамика основных финансово-экономических показателей деятельности предприятия за 2 – 3 года; если это невозможно, то необходимо провести комплексный обзор показателей за отчетный год.

Организационная структура предприятия. Состав подразделений предприятия и их крат-

кая характеристика (по мере необходимости).

Связи предприятия с внешней средой, в том числе внешнеэкономическая деятельность предприятия и связи с зарубежными партнерами.

Раздел 2. Анализ основных направлений маркетинговой деятельности предприятия

На данном этапе прохождения практики необходимо собрать и проанализировать информацию по следующим основным направлениям:

- виды деятельности (номенклатура продукции, работ, услуг), особенности используемых технологий, степень их прогрессивности;
- персонал предприятия: его состав, структура, движение, оплата труда;
- имущество предприятия: его состав, структура, ввод и выбытие;
- издержки предприятия, их структура, резервы снижения издержек;
- финансовое состояние и финансовые результаты деятельности предприятия: объем продаж, прибыль, рентабельность и др.;
- направления маркетинговой деятельности предприятия, в частности характеристика продуктовой (услуговой), ценовой деятельности, деятельности по распределению и продвижению.

Для качественного выполнения анализа необходимо собрать информацию об экономических показателях и направлениях деятельности предприятия за несколько отчетных периодов, желательно за несколько лет (если это невозможно, то поквартально отчетные документы года).

Глубина проведения анализа по отдельным направлениям зависит от темы выпускной квалификационной работы. Если, например, выпускная работа посвящена совершенствованию структуры управления маркетингом на предприятии, то наряду с комплексным обзором основных экономических показателей деятельности должен быть проведен более глубокий анализ системы менеджмента и маркетинговой информационной системы. Если темой выпускной работы является разработка маркетинговой стратегии фирмы, то при проведении анализа нужно обратить особое внимание на сбыт продукции, продвижение товаров и услуг, анализ конъюнктуры рынка, систему ценообразования предприятия, его рекламную деятельность и т.п.

При проведении анализа наряду с традиционными методами (такими как, метод сравнения, группировки, цепных подстановок, факторный анализ) могут быть использованы различные экономико-математические методы (корреляционно-регрессионный анализ, теория массового обслуживания и др.), графические методы анализа, функционально-стоимостной анализ и т.п.

Для сбора материалов при прохождении производственной практики могут быть использованы различные виды документации предприятия, а именно:

устав организации, в котором определены основные направления ее деятельности, цели, задачи и т.д.;

пакет отчетных документов, представляемых налоговой инспекции, в том числе баланс предприятия (организации) и приложения к нему, включая отчет о финансовых результатах и их использовании, отчетные данные о состоянии имущества предприятия, движении его средств и др.;

пояснительная записка, прилагаемая к годовой бухгалтерской отчетности, в которой излагаются применяемые методологические принципы учета отдельных хозяйственных операций и перечисляются основные факторы, повлиявшие в отчетном году на результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние;

планы и отчеты по маркетинговой (рекламной) деятельности предприятия.

Кроме того, студент, в случае необходимости, может получить информацию для анализа путем проведения анкетирования работников фирмы или потребителей ее продукции (услуг), изучения затрат и потерь рабочего времени (фотография рабочего дня, хронометраж) и другими способами.

Анализ всей совокупности документов и собранной информации должен вестись в соответствии с целями конкретной выпускной квалификационной работы, что позволит выявить положительные и отрицательные стороны в деятельности предприятия и получить основу для принятия соответствующих проектных решений.

Раздел 3. Сбор материалов для разработки и обоснования проектных решений в области менеджмента

На основании выводов, сделанных по результатам анализа и выявивших недостатки и проблемы в деятельности предприятия, студент должен разработать рекомендации и проектные решения, направленные на устранение выявленных недостатков.

Эта часть работы служит критерием оценки творческого подхода студента к решению поставленных задач.

Возможны различные подходы к этому этапу производственной практики. Студент может разработать отдельные (частные) проектные решения, например внедрение какой-либо технической или организационной инновации. Можно посвятить этот этап практики сбору материалов для разработки стратегии развития организации или какой-либо ее составной части (например, продуктовой, ценовой, коммуникативной). Возможно провести сбор информации для разработки бизнес-плана какого-либо инвестиционного или инновационного проекта, направленного на повышение эффективности маркетинговой деятельности предприятия. На этом этапе студент должен проявить приобретенные в процессе обучения профессиональные компетенции, разработав проектные решения в области маркетинга.

Все необходимые материалы должны быть собраны на этапе прохождения производственной практики и по инициативе самого студента. При этом следует иметь в виду, что этих материалов должно быть достаточно для всестороннего и глубокого обоснования предлагаемых проектных решений, мероприятий, в том числе и для расчетов их эффективности, которые должны быть проведены в дальнейшем при написании выпускной квалификационной работы.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам производственной практики)

По результатам практики студенты составляют отчет и защищают его у преподавателя кафедры в установленный срок. Оценка отчета осуществляется по 100-балльной системе.

Цель отчета – определение степени полноты изучения студентом программы практики. Отчет должен показать уровень сформированности компетенций студента, его способность практически оценивать эффективность работы конкретной организации и содержать:

- общую характеристику места прохождения практики (полное название органа или учреждения – базы практики, организационная структура (органы управления, структурные подразделения, цели деятельности, компетенция);

- содержание практической деятельности предприятия – базы практики и его подразделений (характеристика деятельности предприятия, являющегося базой практики; анализ информации, на основании которой проведено изучение деятельности предприятия (нормативные правовые акты, регламентирующие порядок формирования и деятельности предприятия);

- объем работы, выполненной студентами при прохождении практики (выполнение отдельных поручений наставника от базы практики; сбор материала для написания выпускной работы).

Отчет следует оформлять с соблюдением следующих требований:

титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями филиала;

обязательно должно быть «Содержание» с указанием разделов и подразделов, а также страниц, с которых они начинаются;

сплошная нумерация страниц, таблиц и приложений.

К отчету прилагается отзыв-характеристика на студента, написанная руководителем или консультантом от предприятия, за их подписью и с печатью.

Защита отчетов о практике осуществляется в соответствии с учебным графиком, перед итоговой государственной аттестацией.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. - М.: КНОРУС, 2010.
2. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. М.: Эксмо, 2006.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: «Вильямс», 2011.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2005.
5. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика: учеб. пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко. – М.: КноРус, 2007.
6. Веснин В.Р. Менеджмент: учеб. пособие / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2011.
7. Виханский О.С. Менеджмент: учебник для вузов / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: ИНФРА-М, 2011.
8. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2010.

б) дополнительная литература:

1. Багиев Г.Л., Анн Х., Тарасевич В.М. Маркетинг. СПб.: Питер, 2007.
2. Браверман А. А. Маркетинговые стратегии роста прибыльности и стоимости бизнеса. М.: Экономика, 2006.
3. Бушмелева Г.В. Мониторинг жизненного цикла товара // Практический маркетинг. 2006. № 7 (№ 113). – С. 18-20.
4. Дойль Р., Штерн Ф. Маркетинг менеджмент и стратегии. СПб.: Питер, 2007.
5. Данченко Л.А., Дейнекин Т.В. и др. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах. М.: Маркет ДС, 2006.
6. Кавасаки Г. Как свести конкурентов с ума. М.: ООО «Издательство «РОСМЭН-ПРЕСС», 2004.
7. Каверков ВВ., Каверков Д. В. Практикум по маркетингу. М.: КНОРУС, 2007.
8. Котлер Ф. Маркетинг XXI века. СПб.: Издательский дом «Нева», 2005.
9. Кузнецова Л.В., Черкасова Ю.Ю. Основы маркетинга. М.: Вуз учеб., 2008.
10. Липсиц И. В., Вигдорчик Е. А. Маркетинговые стратегии для российских компаний. М.: ГУ ВШЭ, 2006.
11. Малашенко Н. П. Маркетинг на потребительском рынке. М.: Омега-Л, 2008.
12. Репьев А.П. Маркетинговое мышление, или Клиентомания. М.: Изд-во Эксмо, 2006.
13. Траут Дж. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции. СПб.: Питер, 2006.
14. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование: битва за умы. СПб.: Питер, 2007.
- 15.
16. Аврашков Л.Я. Инновационный менеджмент / Л.Я. Аврашков. – М.: Вузовский учебник, 2010.
17. Арутюнов Ю.А. Финансовый менеджмент / Ю.А. Арутюнов. – М.: КноРус, 2010.
18. Багиев Г.Л. Маркетинг: учеб. для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; под общей ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2008.
19. Галенко В.П. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учеб. пособие / В.П. Галенко, Г.П. Самарина, О.А. Страхова. – М.: Академия, 2012.
20. Горемыкин В.А. Энциклопедия бизнес-планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2009.
21. Крутик А.Б. Основы предпринимательской деятельности / А.Б. Крутик, М.В. Решетова. – М.: Академия, 2012.
22. Кузьмина Е.Е. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие для бакалавров / Е.Е. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2012.

23. Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: Учебник для бакалавров / Л.А. Чалдаева. – М.: Юрайт, 2011.

24. Шаш Н.Н. Бизнес-план предприятия: практ. справочник / Н.Н. Шаш. - М.: Гросс-Медиа: РОСБУХ, 2010.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Справочная правовая система «Консультант Плюс», Система Гарант,
2. <http://www.gks.ru> – официальный сайт Госкомстата РФ
3. www.mzsrff.ru – официальный сайт Министерства здравоохранения и социального развития РФ;
4. <http://www.ippnou.ru> – сайт Института проблем предпринимательств
5. <http://elibrary.ru/> – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн научных статей и публикаций.
6. <http://www.edu.ru/> – федеральный образовательный портал.
7. <http://www.esp-izdat.ru/> - экономика современного предприятия.
8. <http://eup.ru/> - библиотека экономической и управленческой литературы (монографии, диссертации, книги, статьи, конспекты лекций, рефераты, учебники).
9. <http://www.conseco.ru/> – информация для малого бизнеса.
10. <http://www.allmedia.ru/> - Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства «Альянс-Медиа».
11. <http://www.aup.ru/> - административно-управленческий портал, содержащий сотни электронных книг с деловой информацией для ежедневного ведения бизнеса.
12. <http://www.grebennikov.ru/> – полные тексты статей по вопросам экономики, менеджмента, маркетинга и др. Издательского дома «Гребенников».
13. <http://sci-lib.com/> - Большая научная библиотека. В каталоге числится около 2,5 тыс. научных монографий и учебников.
14. <http://www.ptpu.ru> – электронный журнал «Проблемы теории и практики управления».
15. www.rjm.ru – сайт журнала «Российский журнал менеджмента», ведущего рецензируемого российского издания. Имеется доступ к полнотекстовым статьям.
16. www.rsl.ru – сайт Российской государственной библиотеки. Через сайт можно получить соответствующие ссылки на требуемые учебники, монографии, диссертации, статьи.
17. 12manage.com – база данных по теории и моделям менеджмента.
18. emerald.com – база данных по менеджменту.
19. e-executive.ru – интернет-сообщество менеджеров России.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- Компьютеры с доступом в Интернет, доступ к справочным системам (СПС «Гарант», СПС «Консультант Плюс»);
- программные продукты 1С «Предприятие», 1С «Кадры», 1С «Зарботная плата».
- учебники, учебно-методические издания, научные труды по управлению персоналом;
- нормативно-правовые акты;
- локальные нормативные акты организации;
- статистические отчеты организации;
- архивные материалы организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению подготовки 080200 Менеджмент