

Негосударственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Международный институт экономики и права»

Кафедра менеджмента и маркетинга



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и учебно-методической работе
О.Е. Матюнина
_____ сентября _____ 2014 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки
080200.62 - Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Степень выпускника
Бакалавр


Москва 2014

**Программа производственной практики / сост. Кошкина Е.Н.,
Артемов А.С.– Москва: МИЭП, 2014.**

Программа практики предназначена для прохождения производственной практики по бакалаврской программе, профилю подготовки «Маркетинг» очной, очно-заочной, заочной форм обучения по направлению подготовки 080200.62 – Менеджмент.

Программа практики «Производственная практика» утверждена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга, протокол № 6 от «14» января 2014г.

Заведующая кафедрой
менеджмента и маркетинга


(подпись)

Е.Н.Кошкина
(Ф.И.О.)

Содержание

1 Цели практики	4
2 Задачи практики	4
3 Место практики в структуре ООП подготовки.....	4
4 Формы проведения практики	5
5 Место и время проведения практики	5
6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	6
7 Структура и содержание практики	7
7.1 Структура практики.....	7
7.2 Содержание практики.....	8
8 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике	10
9 Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	11
10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики	11
10.1 Основная литература.....	11
10.2 Дополнительная литература.....	12
10.3 Периодическая литература.....	12
10.4 Интернет-ресурсы.....	12
10.5 Методические указания по практике.....	12
11 Материально-техническое обеспечение практики	13
Приложение А	14
Приложение Б	15
Приложение В	16

1. Цели практики

Производственная практика является важнейшим компонентом и составной частью учебного процесса бакалавриата. Данный вид практики выполняет функции общепрофессиональной подготовки в части подготовки студентов к производственной деятельности.

Производственная практика имеет целью углубление практических умений и навыков в реальной экономической среде на основе теоретических знаний, закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения профильных дисциплин, а также сбор, систематизация и обобщение практического материала в т.ч. для использования в выпускной квалификационной работе.

2. Задачи практики:

- налаживание связей с различными сегментами внешней среды;
- изучение и участие в разработке организационно – методических и нормативно-технических документов для решения конкретных задач маркетинга на месте прохождения практики;
 - анализ состояния маркетинговой деятельности организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка;
 - анализ конкретной проблемной области в сфере маркетинга в ходе выполнения индивидуального задания;
 - анализ литературы и документальных источников, наблюдение, неформализованное интервью с целью сбора и обработки информации (для отчета по практике), разработка программы и инструментария исследования для научно-исследовательской части задания на практику;
 - разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации (предприятия);
 - изучение нормативных и методических материалов, фундаментальной и периодической литературы по вопросам, разрабатываемым в выпускной квалификационной работе;
 - анализ деятельности организации по направлению, соответствующему теме выпускной квалификационной работы, разработка рекомендаций по ее совершенствованию.

Во время производственной практики студент должен

изучить:

- организационно-правовые и нормативные документы деятельности организации;
- организационную структуру организации, права и обязанности по должности;
- сущность, процессы и формы маркетинговой деятельности в организации;

освоить:

- технические средства управления, применяемые при выполнении должностных обязанностей;
- систему и технику планирования, применяемую в организации, основную документацию (расписание, планы, графики, журналы, отчеты, правила внутреннего распорядка).

3. Место практики в структуре ООП подготовки бакалавра

Производственная практика проводится в восьмом семестре бакалаврской подготовки студентов очной и очно-заочной форм обучения; в десятом семестре бакалаврской подготовки студентов заочной формы обучения по направлению «Маркетинг», после прохождения соответствующих теоретических дисциплин. Она базируется на дисциплинах учебного плана подготовки по направлению 080200.62 «Менеджмент»:

- статистика;
- методы принятия управленческих решений;
- информационные технологии в менеджменте;
- математические методы исследования в экономике
- теория менеджмента;
- маркетинг;
- учет и анализ;
- безопасность жизнедеятельности;
- товароведение, экспертиза и стандартизация;
- ценообразование;
- страхование;
- связи с общественностью.

Дисциплинами учебного плана подготовки студентов по направлению 080200.62 «Менеджмент», необходимыми для подготовки и проведения занятий во время прохождения студентами производственной практики в вузе являются:

- финансовый менеджмент;
- управление человеческими ресурсами;
- стратегический менеджмент;
- корпоративная и социальная ответственность;
- бизнес-планирование;
- логистика;
- маркетинговые исследования
- маркетинг в отраслях и сферах деятельности
- мировые товарные рынки;
- разработка и правовая защита товара;
- организация маркетинговой деятельности;
- международный маркетинг;

- международный бизнес;
- инвестиции;
- эффективность мероприятий маркетинга.

4. Формы проведения практики

Форма проведения практики производственная на основе договоров и технической базы предприятий, организаций и учреждений. В качестве основной формы и вида отчетности устанавливается дневник практики и письменный отчет. Формой контроля прохождения практики в соответствии с учебным планом и требованиями ФГОС ВПО по производственной практике является дифференцированный зачет (с оценкой).

5. Место и время проведения практики

Базами производственной практики являются промышленные предприятия, торгово-промышленные и финансовые компании, банки, компании, работающие в области предоставления различного рода услуг, международные компании и организации, имеющие в своем составе службы или подразделения, выполняющие функции маркетинга, а также кафедра менеджмента и маркетинга.

В процессе прохождения практики обучаемые находятся на рабочих местах и выполняют часть обязанностей штатных работников, как внештатные работники, а при наличии вакансии практикант может быть зачислен на штатную должность с выплатой заработной платы. Зачисление студента на штатные должности не освобождает их от выполнения программы практики.

Конкретные места и условия проведения практик указаны в приказах о проведении практики.

Производственная практика проходит в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса. Время проведения практики – четыре недели.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Прохождение производственной практики направлено на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ООП ВПО по данному направлению подготовки:

а) общекультурных (ОК):

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);

способностью анализировать социальнозначимые проблемы и процессы (ОК-13);

способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);

б) профессиональных (ПК):

способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);

способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

способностью разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);

По окончании прохождения производственной практики обучающийся должен:

Уметь:

- использовать систему знаний для нахождения организационно-управленческих решений;

- анализировать проблемы и решать конкретные хозяйственные и маркетинговые ситуации;

- собирать, обрабатывать и анализировать информацию о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- готовить отчеты по результатам информационно-аналитической деятельности;

Владеть:

- методами создания и ведения баз данных по различным показателям функционирования организаций;

- способностью к самостоятельному решению задач профессиональной деятельности на современном уровне.

- навыками участия в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации;

- навыками участия в разработке и реализации комплекса маркетинговых мероприятий в соответствии со стратегией организации;

Приобрести опыт:

- планирования своей деятельности и деятельности организации, подразделений, исполнителей (команды исполнителей);

- организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных мероприятий, видов деятельности, работ;

- разработки и реализации маркетинговых мероприятий;

- контроля деятельности подразделений, команд (групп), работников;

- работы с методической литературой, инструктивным материалом, нормативными документами, регламентирующими деятельность работников;

- оценки эффективности проектов, управленческих решений.

7. Структура и содержание практики

7.1. Структура практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц 216 часов.

Таблица 1 - Структура практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	2	3	4
1.	Подготовительный этап	6	Запись в журнале инструктажа по технике безопасности
2.	Основной этап	204	Индивидуальный план прохождения практики. Отметка в дневнике прохождения практики
3.	Заключительный этап	6	Защита отчета

7.2. Содержание практики

Практика обучающихся проводится в рамках общей концепции бакалаврской подготовки. Основная идея практики, которую должно обеспечить ее содержание, заключается в формировании технологических умений, связанных с производственной (маркетинговой) деятельностью, а также коммуникативных умений, отражающих взаимодействия с людьми. Виды деятельности обучаемого в процессе прохождения практики предполагают формирование и развитие стратегического мышления, системного видения ситуации, умение участвовать в работе группы людей. Кроме того, она способствует процессу социализации личности обучаемого, переключению на новый вид - производственную деятельность, усвоению общественных норм, ценностей профессии, а также формированию персональной деловой культуры будущих бакалавров.

Деятельность обучаемого во время прохождения производственной практики предусматривает несколько этапов:

Этап 1 – Подготовительный.

Перед началом практики проводится вступительная конференция, на которой обучаемым сообщается вся необходимая информация по

проведению производственной практики. Осуществляется знакомство с коллективом сотрудников, правилами внутреннего распорядка, документацией. Практикант в обязательном порядке проходит инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности с отметкой в соответствующих журналах.

Производственная практика начинается с общего ознакомления с организацией, а также с изучения структуры учетного аппарата и организации учета. Для ознакомления с организацией руководитель практики от предприятия проводит обучаемых по отделам (конструкторский, маркетинговый, финансовый и др.), цехам, рабочим участкам, местам хранения материальных ценностей и другим участкам с подробным объяснением характера работы каждого подразделения. После этого обучаемые знакомятся с основными показателями, характеризующими деятельность предприятия в предыдущем отчетном году, а также за прошедшее до начала практики время.

По результатам предварительного ознакомления с предприятием студент готовит краткую характеристику деятельности предприятия, в которой должны быть отражены:

- учредительные документы;
- объем и тип производства, коммерческий профиль, организационно-правовая структура предприятия, ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции (товаров, работ, услуг), функции отделов.

После изучения работы подразделения и функций каждого исполнителя обучаемые дают описание функций управления, планирования и организации деятельности, структуры аппарата и применяемых на предприятии форм и методов управления, внутреннего контроля.

Этап 2 – Основной.

Студент под руководством руководителя составляет индивидуальный план прохождения производственной практики.

В процессе практики студенты участвуют во всех видах деятельности организации. Обучаемые в процессе практики:

1. Изучают:
 - содержание, формы, направления деятельности организации и подразделения: документы планирования и учета; планы и отчеты; нормативные и регламентирующие документы;
 - технические средства обработки, хранения и передачи информации.
2. Выполняют определенную руководителем от предприятия работу:
 - посещают подразделения организации (не менее трех посещений);
 - проводят наблюдение и анализ деятельности по согласованию с руководителем практики;
 - углубляют знания и приобретают практические навыки в области маркетинга;
 - участвуют в работе структурного подразделения организации;
 - знакомятся с организацией и применяемыми техникой, технологией и методами работы;

- выполняют отдельные поручения в рамках программы практики.

Этап 3 – Заключительный этап.

Данный этап является последним этапом практики, на котором студент обобщает собранный материал в соответствии с программой практики; определяет его достаточность и достоверность. Осуществляет подготовку и сдачу отчета о производственной практике на кафедру и в установленный срок защищает его.

8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

При прохождении производственной практики, обучаемые должны систематически вести записи по работе, содержание и результаты выполнения заданий и т.д.

По мере накопления материала студент составляет отчет, в котором отражает в систематизированном виде все полученные им сведения.

Отчет представляет каждый индивидуально, с подписями руководителей практики.

Каждый студент готовит для отчета выполненную им часть работы на основании плана. Отчет, как правило, имеет следующую форму изложения:

- название темы, формулировка задачи и основные этапы ее выполнения;
- краткий литературный обзор по тематике исследования;
- методика решения поставленной задачи и описание необходимых исходных данных;
- результаты работы (таблицы данных, программные модули, графики, расчеты);
- заключение, содержание, выводы;
- список литературы.

В процессе оформления документации студент должен обратить внимание на правильность оформления документов:

- индивидуальный план должен иметь отметку о выполнении запланированной работы;
- отчет по практике должен иметь описание проделанной работы; самооценку о прохождении практики; выводы и предложения по организации практики и подпись обучаемого.

Сроки сдачи документации устанавливаются кафедрой менеджмента и маркетинга на вступительной конференции по практике.

Оценка по практике приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при проведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации обучаемых.

Итоговая документация остается на кафедре менеджмента и маркетинга.

9 Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Производственная практика считается завершенной при условии выполнения обучаемыми всех требований программы практики.

Студенты оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике.

Студент должен предоставить по итогам практики:

1. Дневник практики (приложение А).
2. Отчет о практике.
3. Отзыв-характеристику по практике (приложение Б).

Все документы должны быть отпечатаны, оформлены в соответствии с правилами делопроизводства и представлены в отдельной папке с титульным листом (приложение В).

Результат прохождения практики должен быть оформлен в письменном виде (отчет) и представлен для утверждения научному руководителю. Отчет обучаемого о практике с визой научного руководителя должен быть представлен на выпускающую кафедру. К отчету прилагаются ксерокопии документов, планов и других документов.

По результатам прохождения производственной практики в восьмом семестре (десятом семестре), обучаемому выставляется итоговая оценка.

Студенты, не предоставившие в срок отчета о практике и не получившие оценку по практике, к сдаче экзаменов и предзащите выпускной квалификационной работы не допускаются.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской работы

10.1. Основная литература

1. Горелов Н.А. Управление человеческими ресурсами. Учебник для бакалавров. Серия: Бакалавр. Углубленный курс. – М.: Юрайт, 2012 г.
2. Гуськов Ю.В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие.-М: Альфа-М, 2014 г.
3. Диденко Н.И. Международный маркетинг. Учебник для бакалавров. Серия: Бакалавр. Базовый курс. –М.: Юрайт, 2014 г.
4. Жукова Т.Н. Управление и организация маркетинговой деятельности. Учебное пособие. Серия: Высшее образование: Бакалавриат. –М.: ИНФРА-М, 2014 г.
5. Коротков Э.М. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров. Серия: Бакалавр. Базовый курс. – М: Юрайт, 2012 г.
6. Морозко Н.И. Финансовый менеджмент. Учебное пособие. Серия: Высшее образование: Бакалавриат.- М: НИЦ ИНФРА-М , 2014.

7. Нагапетьянц Н.А. Коммерческая логистика. Учебное пособие. - М: Вузовский учебник, 2014 г.
8. Нагапетьянц Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник, 2013 г.
9. Скляр Е. Н. Маркетинговые исследования. Практикум. –М.; Дашков и К, 2014 г.

10.2. Дополнительная литература

1. Леонтьев В.Е. Инвестиции. Учебник и практикум для академ. Бакалавриата. Серия: Бакалавр. Академический курс. –М.: Юрайт, 2014 г.
2. Романова М.В. Бизнес-планирование. Учеб. пособие для ср. проф. Образования. Серия: Профессиональное образование. –М: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014 г.
3. Хилл Ч. Международный бизнес. Серия: Классический зарубежный учебник. – СПб: Питер, 2013 г.
4. Хохлов А.В. Мировые товарные рынки. Учебное пособие. Серия: Бакалавриат.-М.: Магистр : ИНФРА-М, 2014 г.

10.3. Периодические издания

Журналы:

Практический маркетинг

Практика рыночных исследований

Менеджмент в России и за рубежом

Маркетинг в России и за рубежом.

Маркетинг и маркетинговые исследования в России.

Новый маркетинг.

Рекламные идеи.

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: теория и практика.

10.4. Интернет-ресурсы

<http://www.marketologi.ru>.

<http://www.marketch.ru>.

<http://www.avora.ru>.

<http://www.4p.ru>.

<http://marketing.web-3.ru/forum>.

<http://getclientsnow.ru>.

<http://www.российскийинтернетмаркетинг.рф>.

11. Материально-техническое обеспечение практики

Для прохождения производственной практики используются материально-техническая база предприятия (организации), кафедра менеджмента и маркетинга.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

ДНЕВНИК

_____ практики

1. Ф.И.О. студента _____

2. Факультет _____, курс _____,

3. Ф.И.О. преподавателя-руководителя практики

4. Место проведения практики

5. Срок практики

6. Индивидуальное задание

В период с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Руководитель практики _____

7. Календарный план прохождения практики

№	Содержание выполняемых работ	Кол-во дней	Дата выполнения		Примечание
			по плану	фактич.	

Руководитель практики _____

Студент _____

« ___ » _____ 20__ г.

9. Отзыв преподавателя на отчет студента о прохождении практики
(в отзыве указываются достоинства и недостатки отчета, формулируются вопросы, на которые студент должен ответить на устной защите отчета).

Результат рецензирования _____
Отчет допущен к защите
Отчет признан неудовлетворительным

« ___ » _____ 20__ г. _____
подпись

Зачет по практике принят с оценкой _____

« ___ » _____ 20__ г. _____
подпись

ТРЕБОВАНИЯ ПО ВЕДЕНИЮ ДНЕВНИКА ПРАКТИКИ

1. Заполнить информационную часть (стр. 2).
2. Совместно с преподавателем-руководителем учебной группы составить календарный план прохождения практики и получить индивидуальное задание, подписанное руководителем (стр. 3, 4).
3. Регулярно записывать все реально выполняемые виды работы, заверять записи подписью руководителя практики от предприятия.
4. Один раз в неделю (во время консультаций) представлять дневник на просмотр преподавателю-руководителю практики.
5. Составить отчет по практике в соответствии с требованиями программы практики.
6. Получить отзыв руководителя предприятия (фирмы) на официальном бланке, содержащий характеристику производственной деятельности, согласно отчету и программе.
7. Получить отзыв на отчет у преподавателя-руководителя учебной группы, принимающего зачет (стр. 9–10).
8. Защитить в установленный графиком учебного процесса день отчет по практике (в форме зачета). (Основанием для допуска к зачету являются : правильно оформленные дневник, отчет по практике и положительный отзыв руководителя предприятия (фирмы).

В результате защиты отчета по практике студент получает зачет:

- по учебной практике с оценкой «зачтено»;
- по производственной практике: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

Примечания:

1. При неудовлетворительном отзыве преподавателя-руководителя учебной группы на отчет или неявке студента на зачет в установленное графиком время, студент по направлению деканата обязан ликвидировать задолженность.
2. Студент, не выполнивший программу практики или получивший отрицательный отзыв о работе, может быть направлен на практику повторно или, в ряде случаев серьезных нарушений, отчислен из МИЭП.

Приложение Б

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

Отзыв-характеристика по производственной практике

1. Прделанная работа, характеристика деловых качеств студента

2.Соответствие индивидуальному плану

3. Оценка по проделанной работе

4.Предложения по проведению практики

Подпись руководителя практики от организации

Подпись обучаемого

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

**Факультет экономики и управления
Кафедра менеджмента и маркетинга**

**ОТЧЕТ
по производственной практике**

Руководитель практики
Профессор (доцент) (подпись, дата) _____

Руководитель от кафедры
Профессор (доцент) (подпись, дата) _____

Исполнитель
студент (подпись, дата) _____

Москва 20 ____ г.

Примечание – остальные надписи размером 14 пт