

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет управления и экономико-технологического образования
Кафедра менеджмента и экономики образования

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
«*10*» *Июня* 2016 г.



Преддипломная практика

Программа практики

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры менеджмента и экономики образования
«30» июля 2016 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой Сереж (подпись) Наумова Е.И. (зав. кафедрой) «30» июля 2016 г. (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета управления и экономико-технологического образования «29» августа 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета Наумова Е.И. (подпись) Сереж (подпись) «29» августа 2016 г. (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«29» августа 2016 г., протокол № 1

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № <u>1</u>	<u>Сереж</u> (подпись)	<u>Наумова Е.И.</u> (руководитель ОПОП)	<u>19.08.17г</u> (дата)
Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)
Лист изменений № _____	_____ (подпись)	_____ (руководитель ОПОП)	_____ (дата)

Разработчики:

Наумова Елена юрьевна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ»,

Файзулин Евгений Фаридович, ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа практики соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 30 мая 2016 г., протокол № 13).

1. Цель проведения практики

Формирование профессиональной компетенции студентов через применение полученных теоретических знаний в решении конкретных производственных задач.

2. Вид, способы и формы проведения практики

Преддипломная практика относится к блоку «Практики» вариативной части основной профессиональной образовательной программы.

Вид, способ и форма проведения практики:

- вид практики: преддипломная;
- способ проведения: выездная;
- форма проведения: дискретная.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы и представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Для прохождения практики «Преддипломная практика» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений», «Анализ поведения потребителей», «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Логистика», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация продаж», «Организация связей с общественностью», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Реклама», «Стратегический маркетинг», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга», прохождения практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков».

4. Планируемые результаты прохождения практики

В результате прохождения практики выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

знать

- ключевые характеристики рынка и современной среды организации;
- основные понятия комплекса маркетинга;

- основные формы внутренней отчетности организации;
- основные понятия комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- основные показатели конкурентоспособности и эффективности деятельности компании;
- модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив;

уметь

- эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию;
- формулировать комплекс маркетинга;
- осуществлять выбор методов стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия;
- формулировать комплекс маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- сопоставлять и сравнивать эффективность применения на практике отдельных методов, моделей и инструментов;
- использовать модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия;

владеть

- навыками анализа внешней и внутренней среды организации;
- навыками формулирования комплекса маркетинга;
- навыками разработки предложений по повышению конкурентоспособности компании;
- навыками формулирования комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
- навыками использования моделей и инструментов формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия.

5. Объём и продолжительность практики

количество зачётных единиц – 6,
 общая трудоёмкость практики – 4 нед.,
 распределение по семестрам – 5 курс, лето.

6. Содержание практики

№ п/п	Наименование раздела практики	Содержание раздела практики
1	Подготовительный этап, включающий установочную конференцию	Участие в установочной конференции по преддипломной практике. Собеседование; определение индивидуального задания в соответствии с дневником практики.
2	Комплексное изучение деятельности предприятия	Знакомство с предприятием. Изучение документов предприятия, бизнес-процессов предприятия; макро- и микроокружения предприятия; деятельности и проблем предприятия в соответствии с темой выпускной квалификационной работы; описание направлений развития предприятия. Формулирование комплекса маркетинга для конкретного предприятия.
3	Сбор материалов, оформление и презентация	Первичная обработка полученной информации; анализ полученной информации; составление рекомендаций

	отчета о преддипломной практике	по совершенствованию работы предприятия; разработка направлений развития предприятия. Оформление дневника преддипломной практики.
--	---------------------------------	---

7. Учебная литература и ресурсы Интернета

7.1. Основная литература

1. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17586>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Цахаев Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 550 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14063>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10938>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Ким. - Москва : Дашков и К, 2013. - 258 с. - ISBN 978-5 394-02014-8..
5. Лужнова Н.В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Лужнова Н.В., Калиева О.М., Мантрова М.С.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 247 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61409>.— ЭБС «IPRbooks».

7.2. Дополнительная литература

1. Морозов Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Морозов Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10945>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Егорова М.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6297>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Беляев В. И. Маркетинг : основы теории и практики [Текст] : учебник для студентов вузов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. - 676 с. - Прил.: с. 652-671. - Библиогр.: с. 672-676. - ISBN 978-5-406-00156-1; 41 экз. : 322-00..
4. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011.— 443 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

7.3. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для проведения практики:

1. ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>).
2. Информационно-справочная система "Гарант".
3. ЭБС Лань (<http://e.lanbook.com/>).

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).
2. Графический редактор.

9. Материально-техническая база

Практика может проводиться в сторонних организациях или в структурных подразделениях университета, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Материально-техническая база организации, где проводится практика, должна включать в свой состав помещения и оборудование для проведения всех видов работ, предусмотренных программой практики.

Выбор мест практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учётом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Для подготовки и непосредственной организации проведения практики, выполнения самостоятельной работы студентов, подготовки и предоставления отчетов по практике университет обеспечивает обучающихся материально-технической базой, включающей в свой состав:

1. Комплект мультимедийного презентационного оборудования.

10. Формы отчётности по практике

В качестве основной формы отчетности по практике является письменный отчет, представленный в виде дневника практики или описания полученных результатов. Отчет должен содержать сведения о конкретно выполненной работе в период практики в соответствии с программой практики. Описание формы, примерного содержания, структуры и критериев оценивания отчета представлено в фонде оценочных средств.

11. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе практики.