

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б2.П.Б.У.1 Ознакомительная практика»

Вид учебная практика
учебная, производственная

Тип ознакомительная практика

Форма дискретная по видам практик
непрерывная, дискретная

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Год набора 2021

Программа практики «Б2.П.Б.У.1 Ознакомительная практика» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

маркетинга и торгового дела

наименование кафедры

протокол № 6 от "01" 02 2021г.

Заведующий кафедрой

маркетинга и торгового дела

наименование кафедры

подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

Исполнители:

Зав. кафедрой, доцент

должность

подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

доцент

должность

подпись

И.Б. Береговая

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг

личная подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

код наименование

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Бигалиева

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Ю.В. Рожкова

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Калиева О.М.,
Береговая И.Б., 2021
© ОГУ, 2021

1 Цели и задачи освоения практики

Цель практики: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин, приобретение практических навыков и умений в области маркетинговой деятельности, получение студентами общего представления о профессиональной деятельности.

Задачи:

- создание условий для осознанного выбора студентами младших курсов направления дальнейшего профиля своего вузовского обучения;
- получение объективного и полного представления о направлении, сфере будущей профессиональной деятельности;
- ознакомление с одним из базовых предприятий, характером деятельности, перспективами развития, организационно-управленческой структурой, особенностями маркетинговой деятельности.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к базовой части блока П «Практика»

Пререквизиты практики: *Б1.Д.Б.2 История (история России, всеобщая история), Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.10 Тайм-менеджмент, Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.12 Экономическая теория, Б1.Д.Б.13 Математика, Б1.Д.Б.15 Теория менеджмента, Б1.Д.Б.16 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.18 Теория организации, Б1.Д.Б.20 История управленческой мысли, Б1.Д.Б.25 Основы предпринимательской деятельности*

Постреквизиты практики: *Б2.П.В.П.1 Преддипломная практика*

3 Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

| Код и наименование формируемых компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|--|---|--|
| УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6-В-1 Понимает важность планирования целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда УК-6-В-2 Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда УК-6-В-3 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков УК-6-В-4 Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач | Знать: закономерности социализации личности в обществе, особенности развития социальной идентичности; социально-психологические особенности развития взаимоотношений людей в коллективе; закономерности формирования социально-психологических качеств личности в коллективе; сущность карьеры, подходы к ее построению; сущность тайм-менеджмента. Уметь: уважать традиционные, культурные, этнические, конфессиональные особенности и различия; взаимодействовать с членами коллектива; организовывать благоприятный социально-психологический климат в |

| Код и наименование формируемых компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|---|--|---|
| | | <p>коллективе; организовывать процесс своего обучения</p> <p>Владеть: методами коррекции социально-психологического климата; методами разрешения конфликтных ситуаций в коллективе; формами и методами коллективного труда; способами оценки влияния социально-психологического климата коллектива на профессиональную мотивацию людей и эффективность профессиональной деятельности; навыками планирования своего времени.</p> |
| <p>УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>УК-10-В-1 Выявляет и обосновывает сущность, закономерности экономических процессов, осознает их природу и связь с другими процессами; понимает содержание и логику поведения экономических субъектов; использует полученные знания для формирования собственной оценки социально-экономических проблем и принятия аргументированных экономических решений в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>УК-10-В-2 Взвешенно осуществляет выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов</p> <p>УК-10-В-3 Понимает последствия принимаемых финансово-экономических решений в условиях сформировавшейся экономической культуры; способен, опираясь на принципы и методы экономического анализа, критически оценить свой выбор с учетом области жизнедеятельности</p> | <p>Знать: сущность, закономерности экономических процессов, их природу и связь с другими процессами; содержание и логику поведения экономических субъектов; принципы и методы экономического анализа.</p> <p>Уметь: осуществлять выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов.</p> <p>Владеть: навыками оценки выбора оптимального способа решения финансово-экономической задачи с учетом области жизнедеятельности, опираясь на принципы и методы экономического анализа</p> |
| <p>ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой</p> | <p>ОПК-1-В-1 Формулирует теоретические основы истории управленческой мысли на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p> <p>ОПК-1-В-2 Определяет профессиональные задачи на основе знаний истории управленческой мысли (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой</p> | <p>Знать: основы истории управленческой мысли на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; основы менеджмента организации основные принципы разработки и принятия организационно-управленческих решений в</p> |

| Код и наименование формируемых компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|---|---|--|
| <p>организационно й и управленческой теории</p> | <p>теории</p> <p>ОПК-1-В-3 Оценивает способы решения профессиональных задач на основе знаний истории управленческой мысли (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории, проведения исследования и анализа исторических предпосылок для формирования личности менеджера из опыта управленческой мысли</p> <p>ОПК-1-В-4 Формулирует теоретические основы менеджмента организации</p> <p>ОПК-1-В-5 Определяет различные методы и технологии, формирующие экономические и управленческие знания</p> <p>ОПК-1-В-6 Оценивает технологии и методы освоения теоретических, практических знаний по экономическим и управленческим дисциплинам специальности, включая информационные</p> <p>ОПК-1-В-7 Формулирует основы экономических знаний, в том числе по функционированию организации</p> <p>ОПК-1-В-8 Определяет основы теории организации в профессиональной деятельности менеджера</p> <p>ОПК-1-В-9 Оценивает навыки построения организаций в современных экономических условиях</p> <p>ОПК-1-В-10 Формулирует основные понятия, категории и методы экономической теории, законы и принципы рыночной экономики и других экономических систем, а также профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p> <p>ОПК-1-В-11 Определяет профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории, выявлять и объяснять связи между событиями экономической жизни с точки зрения интересов экономических субъектов и экономических законов</p> <p>ОПК-1-В-12 Оценивает навыки принятия экономических решений, исходя из мотивов и интересов различных экономических субъектов на основе знаний (на промежуточном уровне)</p> | <p>маркетинговой сфере;</p> <p>основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций в маркетинговой сфере; конкурентную среду осуществления предпринимательской деятельности; понятие и содержание рыночных конкурентных возможностей и новых бизнес-моделей</p> <p>Уметь:</p> <p>Оценивать способы решения профессиональных задач на основе знаний истории управленческой мысли (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории, проведения исследования и анализа исторических предпосылок для формирования личности менеджера из опыта управленческой мысли;</p> <p>проектировать организационно-управленческое решение в маркетинговой политике предприятия и определять ответственность и социальную значимость его реализации;</p> <p>вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации в маркетинговой сфере; оценивать рыночные условия осуществления предпринимательской деятельности, формировать новые бизнес-модели</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками обоснования социальной значимости принятых организационно-управленческих решений и методами контроля процесса реализации выбранного решения в маркетинговой сфере;</p> <p>навыками деловых коммуникаций и публичных выступлений по результатам проведенных маркетинговых исследований;</p> <p>навыками сбора и обработки коммерческой информации;</p> <p>навыками анализа экономических и социальных условий осуществления</p> |

| Код и наименование формируемых компетенций | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|--|--|--|
| | экономической, организационной и управленческой теории | предпринимательской деятельности; навыками выявления новых рыночных возможностей |

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Практика проводится в 2 семестре.

Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Этап 1. Организационно-ознакомительный этап.

Изучение целей и задач учебной практики. Выбор предприятия - базы практики и изучение общей информации о его деятельности. Оформление документов для прохождения учебной практики. Получение задания на прохождение учебной практики от руководителя практики. Инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности на предприятии - объекте учебной практики.

Этап 2. Основной - исследовательский - этап.

Получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности. Изучение теоретических основ маркетинговой деятельности; литературная и практическая проработка задания по учебной практике; развитие навыков использования сети Internet для проведения информационного поиска; выявление особенностей коммерческой деятельности, присущих предприятию.

Выполнение общей и индивидуальной части задания на прохождение учебной практики. Содержание общей части задания:

- изучение история возникновения и направления развития предприятия;
- анализ коммерческая деятельность предприятия;
- изучение документов, регламентирующих деятельность предприятия и его работников;
- анализ структуры управления предприятием;
- характеристика подразделения (отдела) предприятия, его функций;
- изучение должностных инструкций персонала подразделения;
- анализ финансово-экономических показателей деятельности предприятия;
- определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке.

Содержание индивидуальной части задания - изучение теоретических основ маркетинговой деятельности предприятия:

- цели, функции и задачи маркетинга;
- концепции маркетинга;
- комплекс маркетинга;
- сегментация рынка;
- позиционирование на рынке;
- маркетинговая информационная система;
- маркетинговые исследования;
- поведение потребителей;
- товар и товарная политика;
- ценообразование на предприятии;
- система распределения товара;
- система маркетинговых коммуникаций;
- организация маркетинговой деятельности;
- управление маркетингом;
- планирование маркетинговой деятельности;
- бюджет маркетинга;

- контроль маркетинга.

Этап 3. Этап систематизации, формализации, обработки и анализа полученной информации.

Систематизация всей собранной и проанализированной информации о деятельности торгового предприятия - объекта исследования. Написание отчёта, состоящего из следующих элементов: титульного листа, задания, содержания, введения, основной части (из 2 или 3 глав), заключения и приложений (при наличии).

Этап 4. Этап защиты отчета по учебной практике.

Структурирование информации и результатов ее анализа; составление и оформление отчета по практике; обсуждение полученных результатов совместно с руководителем практики; подготовка к защите и защита отчета на основе подготовленной мультимедийной презентации и отчета в печатном виде.

5 Формы отчетной документации по итогам практики

Составление и защита отчета, собеседование по итогам практики.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Учебная литература

1. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1450. - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1226832> (дата обращения: 29.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1242303> (дата обращения: 29.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под ред. Л. С. Латышовой. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 142 с. - ISBN 978-5-394-04173-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232040> (дата обращения: 29.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2021. - 613 с. - ISBN 978-5-394-03977-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232438> (дата обращения: 29.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

5. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учебник / С. В. Карпова. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2021. - 296 с. - ISBN 978-5-394-04183-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232137> (дата обращения: 29.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. www.4p.ru - электронное издание (маркетинг портал) основанное в 1999 году. В настоящий момент 4p.ru это лучшие практические и аналитические материалы маркетинговой специфики, а также ряд бесплатных уникальных сервисов для маркетологов и компаний рекламно-маркетинговой сферы

2. www.marketing.spb.ru - «Энциклопедия маркетинга» — это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров. Материалы по-

вышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков.

3. <http://grebennikon.ru> – электронная библиотека. Ресурс содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников». Имеется раздел по маркетингу и маркетинговым исследованиям. На сегодняшний день в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий. Большинство журналов выпускается более 5 лет.

4. www.sostav.ru - ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Успешно развивается с 1998 года, обладает множеством профессиональных наград, в том числе «Брэнд года». Ежедневно предоставляет своим читателям самую актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.

Открытые онлайн-курсы:

1 «Маркетинг - менеджмент» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> – «Открытое образование» / Разработчик курса : НИУ «ВШЭ». - Режим доступа: <https://openedu.ru/course/hse/MARKMAN/>.

2 «Маркетинг» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> – «Открытое образование» / Разработчик курса : НИУ «ВШЭ». - Режим доступа: <https://openedu.ru/course/hse/MARK/>.

3 «Управление взаимоотношениями в маркетинге» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> – «Открытое образование» / Разработчик курса : НИУ «ВШЭ». - Режим доступа: <https://openedu.ru/course/hse/CRM/>.

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1 Операционная система Microsoft Windows.

2 OpenOffice/LibreOffice - свободный офисный пакет программ, включающий в себя текстовый и табличный редакторы, редактор презентаций и другие офисные приложения.

3 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2021]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe>.

4 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2021]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\CONSULT\cons.exe>

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа : <https://www.scopus.com/>, в локальной сети ОГУ.

2 Springer [электронный ресурс] : база данных научных книг, журналов, справочных материалов / компания SpringerCustomerServisCenterGmbH. – Режим доступа : <https://link.springer.com/>, в локальной сети ОГУ.

3 WebofScience [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания ClarivateAnalytics. – Режим доступа : <https://apps.webofknowledge.com/>, в локальной сети ОГУ.

4 ScienceDirect [Электронный ресурс] : база данных журналов по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике. Коллекция журналов Economics, EconometricsandFinance / компания Elsevier. – Режим доступа : <https://www.sciencedirect.com/#open-access>, в локальной сети ОГУ.

7 Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении стационарной практики используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечивающей доступ в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

При прохождении выездной практики используется материально-техническая база профильной организации. Наличие доступа в сеть Интернет, лицензионное программное обеспечение.