

Учреждение образования «Белорусский государственный
технологический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе БГТУ

_____ А. А. Сакович
(подпись) (И.О.Фамилия)

« _____ » _____ 2017 г.
(дата утверждения)

Регистрационный № _____

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

**для специальности:
1-26 02 03 «Маркетинг»**

специализации:
1-26 02 03 15 Маркетинг в химической промышленности
1-26 02 03 16 Маркетинг в промышленности строительных материалов
1-26 02 03 17 Маркетинг в лесном комплексе

2017 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Д.А. Жук; ст. преподаватель;

Ю.Н. Андросик; ассистент.

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической теории и маркетинга

(протокол № 9 от 10.05.2017 г.)

ОДОБРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Советом инженерно-экономического факультета БГТУ

(протокол №9 от 23.05.2017 г.)

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
1.1 Введение.....	4
1.2 Цели и задачи практики.....	4
1.3 Распределение времени производственной преддипломной практики	5
1.4 Требования к содержанию и организации практики.....	5
2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ..	12
3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.....	14
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	15
Приложение	16

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Введение

Производственная преддипломная практика студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования. Цели и объемы практики определяются государственным образовательным стандартом «Образовательный стандарт. Высшее образование. Первая ступень. Специальность 1-26 02 03 «Маркетинг» (ОСВО 1-26 02 03-2013, утвержден и введен в действие постановлением Министерства образования РБ от 30.08.2013 г. № 88) и Порядком разработки и утверждения учебных программ и программ практики для реализации содержания образовательных программ высшего образования от 06.04.2015 г.

Учебным планом специальности 1-26 02 03 предусмотрена преддипломная практика **продолжительностью 5 недель**, которая организуется как заключительный этап практической подготовки студентов перед выполнением дипломной работы, являющегося самостоятельным трудом и доказательством его способности к решению задач, уровень сложности которых требует квалификации маркетолога-экономиста.

В программе изложены общие положения организации и прохождения преддипломной практики студентами 4 курса специальности 1-26 02 03 «Маркетинг». На основании данной программы для каждого студента руководитель практики и дипломной работы составляет индивидуальный календарный план прохождения практики по согласованию с базовыми предприятиями и учреждениями.

1.2 Цели и задачи практики

Цель преддипломной практики – приобретение студентами профессиональных навыков по специальности, закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при обучении в университете, подготовка к написанию дипломной работы. Преддипломная практика обогащает опытом решения конкретных инженерных и исследовательских задач, а также способствует сокращению срока адаптации молодого специалиста на производстве в начальный период трудовой деятельности. В связи с этим целесообразно преддипломную практику проводить по месту предполагаемого распределения студента на работу.

Основные задачи практики:

- закрепление знаний, полученных в рамках всего курса обучения;
- библиографический поиск и обработка литературы;
- сбор и анализ фактического материала по теме дипломной работы;
- ознакомление с основными аспектами деятельности организации;
- ознакомление с нормативно-правовыми документами по исследуемой проблеме;
- приобретение практических навыков маркетингового анализа и планирования, оценки и самостоятельного выбора оптимальных решений по конкретным инженерно-экономическим и управленческим задачам;

- ознакомление с организационной и управленческой структурой предприятия, его специализацией и условиями работы на рынке;
- изучение структуры, функций и задач маркетинговых служб в системе управления предприятием;
- изучение особенностей организации маркетинга на предприятии с учетом его отраслевой принадлежности и особенностями осуществления внешнеэкономической деятельности;
- изучение практики исследования рынка, сегментации, разработки товарной, ценовой, коммуникационной политики системы товародвижения.

1.3 Распределение времени производственной преддипломной практики

В соответствии с учебным планом специализации 1-26 02 03 «Маркетинг» преддипломная практика проводится в 8-ом семестре. Продолжительность практики составляет 5 недель.

Распределение рабочего времени на практике представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение времени организационно-экономической практики

Наименование вида учебного задания	Время, дни
Оформление документов. Прохождение инструктажа по охране труда	2
Изучение структуры предприятия и организации производства	2
Изучение основных вопросов программы практики. Индивидуальное задание	14
Сбор необходимой информации в соответствии с основными задачами практики	8
Оформление отчета о практике и сопроводительных документов	4
Итого	30

1.4 Требования к содержанию и организации практики

1.4.1 Порядок организации и прохождения практики. Преддипломная практика осуществляется на основе договоров между учреждением образования «Белорусский государственный технологический университет» и предприятиями и организациями, в соответствии с которыми указанные предприятия и организации независимо от их организационно-правовых норм обязаны предоставлять места для прохождения практики студентов.

Базовыми для прохождения практики являются предприятия и организации, которые удовлетворяют следующим требованиям:

- имеют высокий уровень технологии, техники, организации экономической и маркетинговой деятельности;
- обеспечивают возможность последовательного проведения большинства видов практик;

– имеют творческие связи с университетом.

Утвержденный ректором БГТУ перечень предприятий и организаций, планируемых для проведения практики студентами специальности 1-26 02 03 «Маркетинг», приведен на сайте Белорусского государственного технологического университета (www.belstu.by) в разделе «Образование / Практика».

Подготовка к прохождению практики начинается с определения базовых предприятий для прохождения практики, согласования программы практики, назначения руководителей практики и распределения студентов по местам практики. При этом могут быть учтены пожелания студентов о месте практики, их семейное положение, состояние здоровья и другие обстоятельства.

Распределение студентов по местам практики оформляется приказом, который подписывается ректором университета.

До начала практики на основании заключенных договоров издается приказ по университету, где указываются: факультет, курс, группа, фамилии, имена и отчества студентов, направляемых на практику на конкретное предприятие, номера и даты регистрации договоров, название и юридический адрес предприятия, сроки прохождения практики, руководители от университета.

Перед выездом студентов на производственную преддипломную практику преподаватели выпускающей кафедры проводят организационное собрание, на котором до сведения студентов доводится приказ ректора университета, разъясняются цели и задачи предстоящей практики, дается краткая характеристика промышленных предприятий, на которых предстоит проходить практику. При этом студенты информируются о правах и обязанностях в период прохождения практики, сдаче зачета и требованиях к отчету. Перед выездом на практику студент обязан получить:

- программу практики;
- индивидуальное задание руководителя практики от университета;
- график консультаций руководителем практики от университета;
- дневник прохождения практики;
- методические указания.

Руководители практики от университета выдают студентам дневники и программы практики, графики прохождения практики, индивидуальные задания, разъясняют конкретные вопросы по организации и проведению практики.

Практика начинается с проведения организационного собрания в университете, в ходе которого руководители знакомят студентов с порядком прохождения, основными требованиями к практикантам, правилами оформления отчетов и дневников практики, порядком и сроком сдачи отчетов, а также выдают студентам надлежащим образом оформленные дневники производственной практики и направления на соответствующие предприятия. Руководитель предприятия издает приказ о проведении практики, определяя в нем порядок ее организации и сроки проведения, предусматривая мероприятия по созданию необходимых условий практикантам для выполнения программы практики и другие мероприятия, обеспечивающие качественное проведение практики, назначает руководителя практики от предприятия. Студент должен заранее ознакомиться с приказом и представить документы (фотографии), необходимые для оформления пропуска на предприятие (учреждение).

По прибытии на предприятие и оформлении пропусков, студенты проходят инструктаж по охране труда, знакомятся с руководителем практики от предприятия и правилами внутреннего трудового распорядка. Приказом по предприятию они закрепляются за конкретными руководителями практики от предприятия из числа ведущих инженерно-технических специалистов экономических служб предприятия с учетом индивидуальных заданий. При наличии вакантных мест (по согласованию с руководством предприятия) студенты могут быть оформлены на штатные оплачиваемые должности или дублеров работников.

Совместно с руководителем практики от предприятия студент уточняет график ее прохождения в соответствии с темой индивидуального задания, которая определяется руководителем практики от университета до ее начала. В случае изменения места прохождения практики возможна корректировка темы индивидуального задания. В случае невозможности своевременного выезда на место практики студент обязан незамедлительно поставить в известность кафедру и деканат ИЭФ.

Обязанности студента в период прохождения практики. К производственной преддипломной практике допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план теоретического обучения.

В ходе практики студент обязан:

- перед преддипломной практикой выбрать и согласовать с выпускающей кафедрой тему дипломной работы; пройти инструктаж; у руководителя дипломной работы получить дневник прохождения практики, индивидуальное задание и узнать фамилии консультантов по технологическим вопросам и вопросам охраны труда и техники безопасности;

- ознакомиться с теоретическими аспектами выбранной темы дипломной работы, освещенными в научной, учебной, методической литературе и других источниках информации;

- самостоятельно прибыть на место прохождения преддипломной практики в установленный срок, представиться в отделе кадров, сделать отметку о прибытии в дневнике практики, пройти необходимый инструктаж по охране труда и технике безопасности;

- своевременно (в соответствии с календарным графиком прохождения преддипломной практики) изучать вопросы, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;

- по возможности непосредственно участвовать во всех маркетинговых мероприятиях, в подведении итогов работы соответствующих структурных и функциональных подразделений, также в качестве дублера выполнять некоторые обязанности экономиста, маркетолога и других специалистов;

- неукоснительно соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности;

- поддерживать постоянную связь с руководителем практики от кафедры;

- ежедневно заполнять дневник, по окончании практики сделать отметку о выбытии в дневнике прохождения практики;

- систематизировать практические материалы, собранные в процессе прохождения преддипломной практики, составить и в установленный срок защитить отчет о практике.

Обязанности руководителей производственной практики от университета. Общее руководство практикой студентов на факультете ИЭ возлагается на декана или заместителя декана факультета. Учебно-методическое руководство практикой студентов на предприятиях (учреждениях) осуществляет выпускающая кафедра, в данном случае кафедра экономической теории и маркетинга. Заведующий кафедрой отвечает за выполнение учебных планов, программ и качество проведения практики. Для руководства практикой из состава выпускающей кафедры выделяются преподаватели, имеющие опыт производственной и преподавательской работы.

До прибытия студентов на практику руководитель обязан:

- ознакомиться с базой практики и согласовать с руководством предприятия программу и порядок ее прохождения;

- обеспечить студентов программами и дневниками практики;

- выдать студентам индивидуальные задания по практике.

В период прохождения практики руководитель обязан:

- следить за выполнением графика прохождения практики;

- систематически контролировать качество выполняемой работы и правильность ведения дневника, аттестовать студентов по отдельным этапам прохождения практики;

- в случае возникновения серьезных отклонений от нормального хода практики подключать к решению возникших проблем руководство предприятия и университета.

После завершения практики руководитель должен:

- проверить и принять отчёты о практике, дать заключение о результатах практики;

- представить отчет о выполнении программы практики на заседании кафедры.

Обязанности руководителя производственной практики от предприятия. Руководитель практики от предприятия является ответственным за организацию практики и трудовую дисциплину студентов на предприятии.

В период прохождения практики руководитель обязан:

- руководствоваться программой практики и графиком её проведения, согласованным с руководством предприятия и руководителем практики от университета;

- обеспечить своевременное проведение на предприятии инструктажа по технике безопасности и охране труда;

- организовать работу студентов на предприятии и систематически её контролировать;

- оказывать содействие в сборе материалов для составления отчёта, проверять его содержание и дать отзыв о работе студента на практике;

- сообщать руководителю практики от университета об отклонениях от нормального хода практики.

1.4.2 Формы и методы контроля. Учебно-методическое руководство практикой осуществляется руководителем практики от кафедры, который систематически консультирует студентов по конкретным вопросам, осуществляет контроль за усвоением теоретического материала, сбором материала для составления

отчета в соответствии с программой практики. Руководитель практики от кафедры контролирует прохождение практики студентами и совместно с руководителем от предприятия решает организационные и другие вопросы. График выезда преподавателей по руководству практикой устанавливается приказом ректора университета. При этом преподаватель контролирует посещаемость студентов, проверяет выполнение плана практики, ведение дневников, подготовку материалов к отчету. Руководитель практики от предприятия организует консультации и выступления ведущих специалистов, экскурсии на объекты предприятия.

Контроль проведения практики имеет целью выявление и устранение выявленных недостатков, и оказание помощи по выполнению программы практики.

Контроль со стороны университета должен осуществляться:

- руководителем практик и представителями деканатов;
- заведующим кафедрой экономической теории и маркетинга;
- руководителями практики.

Руководитель практики от кафедры обязан:

- контролировать соблюдение студентами правил внутреннего распорядка предприятия и общежития;
- отстранять нарушающего дисциплинарные нормы студента от практики, направив докладную записку в деканат;
- осуществлять контроль прохождения практики.

Обобщающий контроль осуществляется путем проверки и защиты отчетов, которые студенты должны подготовить в период прохождения практики.

1.4.3 Требования к содержанию и оформлению отчета по практике. К моменту окончания практики студент должен:

- оформить дневник прохождения практики в установленном порядке с указанием сроков пребывания на предприятии (учреждении), а также отзывом и оценкой руководителя от предприятия (учреждения);
- подготовить, оформить, защитить на предприятии и заверить печатью предприятия (учреждения) отчет по практике.

Отчет по практике составляется в соответствии с содержанием программы практики и индивидуальным заданием на основе систематических записей, составления схем, эскизов, других рабочих материалов, собранных за время прохождения практики. Во время прохождения практики студент ведет дневник и рабочую тетрадь, куда заносит материалы по изучению вопросов, предусмотренных программой практики, по выполнению индивидуальных заданий, сведения, полученные из нормативно-технической документации, из бесед с руководителем практики от предприятия. Содержание рабочей тетради является материалом для составления в конце практики отчета о проделанной работе за время пребывания на предприятии (в учреждении).

Содержание отчета согласовывается с руководителем практики от предприятия. По окончании практики отчет, вместе с полностью оформленным дневником, сдается на кафедру руководителю практики от кафедры для проверки.

Примерная структура отчета:

- титульный лист;
- содержание;

- введение;
- 1. Общая характеристика предприятия;
- 2. Анализ и оценка деятельности предприятия и его комплекса маркетинга;
- 3. Совершенствование маркетинговой деятельности и повышение эффективности функционирования предприятия;
- 4. Охрана труда и безопасности жизнедеятельности;
- 5. Охрана окружающей среды;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Титульный лист отчета о преддипломной практике оформляется по образцу, приведенному в приложении.

Во введении формулируется цель и задачи преддипломной практики, указывается объект и предмет изучения.

Изложение вопросов основных разделов отчета необходимо осуществлять на фактическом материале конкретного предприятия. В том случае, если на предприятии отсутствует необходимая информация, в отчете студент обязан объяснить причины отсутствия материалов и внести свои предложения по данному вопросу. Факт принятия предложений студента к внедрению на предприятии должен подтверждаться справкой, подписанной одним из руководителей предприятия и заверенной печатью.

В заключении обобщаются основные выводы и предложения студента по результатам прохождения преддипломной практики.

Приложения включают:

- заявку предприятия на выполнение дипломной работы по интересующей теме;
- схему производственной структуры предприятия;
- схему организационной структуры предприятия;
- технологическую схему производства продукции;
- перечень, содержание проведенных опросов, наблюдений, экспериментов;
- план маркетинга, внешнеэкономической деятельности и др.;
- перечень форм документации, используемой в экономической работе на предприятии: калькуляции себестоимости, смета затрат на производство, отчет о результатах коммерческой деятельности службы маркетинга и др.;
- нормативные и справочные материалы;
- справку о внедрении предложений студента;
- другие вспомогательные материалы.

В основных разделах отчета должны содержаться ссылки на все приложения.

Отчет о преддипломной практике оформляется в соответствии с СТП БГТУ 001-2010 и выполняется на листах формата А4. Отчет должен быть написан грамотно, аккуратно оформлен, сброшюрован в папку и подписан студентом с указанием даты. Объем отчета 50-70 страниц машинописного текста.

Отчет о практике должен представлять собой полное, последовательное, грамотное, иллюстрированное примерами, схемами изложение вопросов в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием. За полноту со-

бранного материала, качество его проработки и усвоения, своевременное оформление дневника и отчета по практике студент несет личную ответственность.

По окончании преддипломной практики студент представляет письменный отчет и дневник практики руководителю практики от предприятия. Руководитель практики от предприятия знакомится с отчетом, после чего подписывает его. В соответствующем разделе дневника практики он дает письменную характеристику студенту с оценкой его работы за время прохождения практики. Отчет о практике и дневник, подписанные руководителем практики от предприятия, заверяются печатью предприятия. В дневнике практики студент должен дать собственную оценку соответствия условий практики требованиям программы и организации практики, сформулировать предложения по улучшению прохождения практики.

Индивидуальное задание. Индивидуальное задание – детальная проработка особенностей маркетинговой деятельности. Перед выездом на практику студенты получают индивидуальное задание от руководителя практики. Индивидуальное задание составляется руководителем практики от кафедры и при необходимости уточняется и согласуется с руководителем практики от предприятия. Заданием предусматривается выполнение творческой работы, которая требует от студента проявления инициативы, самостоятельности. Отчет о выполнении индивидуального задания является составной частью отчета по практике.

1.4.4 Подведение результатов практики. В течение последней недели практики студент составляет письменный отчет о выполнении программы практики. Отчет должен быть подписан студентом, руководителем практики от организации и утвержден руководителем (заместителем руководителя) организации. По окончании практики непосредственный руководитель практики от организации оформляет письменный отзыв о прохождении практики студентом.

Отзыв о работе студента и отчет по практике должны быть сданы на кафедру в течение недели после окончания практики. Отчет в течение следующей недели должен быть защищен руководителю практики от кафедры. Защита предполагает краткий (7–10 минут) доклад. Дифференцированная оценка по практике выставляется с учетом степени выполнения программы и индивидуального задания по практике и ответов на вопросы руководителя практики от кафедры после доклада.

Итоги практики студента оцениваются по десятибалльной шкале. Оценку по практике выставляет руководитель практики от кафедры (с возможным участием руководителей практики от предприятий). Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв руководителя практики от организации, неудовлетворительную отметку при сдаче дифференцированного зачета руководителю практики от кафедры, повторно направляется на практику в свободное от обучения время или отчисляется из университета.

2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

При ознакомлении с производственно-коммерческой деятельностью предприятия (организации) студенту необходимо изучить следующие вопросы.

1 Общая характеристика предприятия

1.1 Наименование, форма собственности, история создания предприятия, тип производства, рыночные (партнерские) связи, виды и цели деятельности.

1.2 Производственная и организационная структура предприятия, цеха, взаимосвязь между подразделениями, структура управления, место отдела маркетинга как структурного подразделения предприятия.

1.3 Основные средства предприятия: состав структура, движение, износ, амортизация, источники финансирования и эффективность использования. Оборотные средства и их состав, источники финансирования и оценка их использования. Анализ методов маркетинговых исследований и комплекса маркетинга.

1.4 Технологическая схема производства, технологический режим и регламент, технический контроль производства и реализации. Основные технологические процессы, их прогрессивность, достоинства и недостатки. Производственные мощности предприятия и уровень их использования.

2 Анализ и оценка деятельности предприятия и его комплекса маркетинга

2.1 Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности.

В данном подразделе проводится критический анализ экономических показателей за последние 3-5 лет. Критический анализ предполагает не просто констатацию факта изменения показателей, а выявление причинно-следственных связей такого изменения. Анализ должен быть по существу, подробный и составлять не менее двух страниц машинописного авторского текста. Материал (отчеты, презентации, исследования, бизнес-планы), предоставленный предприятием, должен быть переработан, не скопирован в первозданном виде в отчет по практике.

Кроме анализа основных финансово-экономических показателей подраздел должен содержать характеристику рынков сбыта, их насыщенность, доли товаров предприятия (организации) на отраслевом рынке (учет экспорта и импорта) и доли товаров ведущих конкурентов.

2.2 Анализ внешней среды предприятия (PEST-анализ, STEEP-анализ и подобные инструменты).

2.3 Анализ маркетинговой деятельности предприятия.

2.3.1 Товарная политика предприятия. Характеристика основных видов товаров и услуг предприятия (функциональное назначение, универсальность, технологичность, цена, качество), их стандартизация и сертификация, стадии жизненного цикла. Анализ объема выпуска (реализации) в стоимостном и натуральном выражении с помощью различных инструментов анализа (ABC-, XYZ-, портфолио- анализ). Возможности совершенствования ассортиментной политики.

2.3.2 Ценовая политика предприятия. Издержки производства и реализации, калькуляция себестоимости продукции, сметы затрат. Стоимость покрытия (маржинальный доход). Анализ методов ценообразования, используемых предприятием. Учет конкуренции при смене ценовых стратегий.

2.3.3 Сбытовая политика предприятия. Анализ системы распределения и каналов товародвижения. Взаимоотношение с посредниками.

2.3.4 Коммуникационная политика предприятия. Анализ используемых на предприятии коммуникационных инструментов, коммуникационный бюджет, оценка, осуществляемая предприятием, эффективности реализованных коммуникационных мероприятий. Виды используемой предприятием рекламы. Методы стимулирования сбыта. Участие в выставках.

2.4 Анализ логистической деятельности предприятия, включая производственную, распределительную, транспортную логистику и логистику запасов.

2.5 Анализ внешнеэкономической и экспортной деятельности предприятия.

2.6 SWOT-анализ, обязательно осуществляется на основании ранее проведенного анализа внешней среды, хозяйственной и маркетинговой деятельности. SWOT-анализ должен быть развернутый, должен содержать не только матричную форму, но и комментарии к ней.

Раздел 2 следует заканчивать общим содержательным выводом, в котором отражены узкие места в деятельности предприятия, обозначены основные проблемы в функционировании предприятия, подчеркнуты его конкурентные преимущества и перспективы развития.

3 Направления совершенствования маркетинговой деятельности и повышения эффективности функционирования предприятия

3.1 Предложения по совершенствованию производственной и хозяйственной деятельности предприятия, в том числе в соответствии с темой дипломной работы, основные направления улучшения анализируемых показателей и резервы повышения эффективности производства.

3.2 Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии, в том числе в соответствии с темой дипломной работы.

В данном разделе должны быть обозначены мероприятия, направленные на решение выявленных в ходе анализа проблем (угроз внешней среды и слабых мест предприятия), на активизацию экономической и маркетинговой деятельности (по всем составляющим комплекса маркетинга). Предложения не обязательно сопровождать расчетами, но следует обладать четким и ясным представлением как их посчитать и реализовать.

4 Охрана труда и безопасность жизнедеятельности на предприятии. Анализ состояния охраны труда за последние 5 лет на предприятии с разработкой мероприятий по его улучшению. Приводятся расчет и анализ ущерба предприятия от производственного травматизма; расчет эффективности мероприятий по улучшению условий труда. Анализируются потенциальные источники возникновения чрезвычайных ситуаций (ЧС), оценивается ущерб от их последствий.

5 Охрана окружающей среды. Оценивается воздействие изучаемого объекта на окружающую среду.

Глубина изучения и анализа отдельных вопросов на практике может уточняться и детализироваться для каждого студента-дипломника в соответствии с темой дипломной работы и особенностями исследуемого объекта.

3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Студенты при прохождении преддипломной практики руководствуются программой практики и индивидуальным заданием, в котором детализируются конкретные направления исследования в дипломной работе, и собирают необходимые материалы.

Конкретное содержание преддипломной практики определяется индивидуальным заданием, которое является ее основным элементом и составляется руководителем от кафедры совместно с руководителем практики от предприятия на основе выбранной ранее темы дипломной работы.

В качестве индивидуального задания обычно предусматривается детальное и всестороннее изучение комплекса маркетинга, а также экономического состояния предприятия. В задание могут быть включены вопросы научно-исследовательского характера.

В рамках этого задания студенту необходимо провести поиск и систематический анализ литературных сведений по теме дипломной работы, включая в качестве источников не только учебные, но и периодические издания, а также патентную информацию (с учетом отечественных и зарубежных данных). Основная литература для подготовки отчета приведена в следующем разделе.

В процессе анализа и обобщения собранных материалов данные приводятся в форме таблиц, матриц, расчетов, рисунков, графиков и диаграмм; выявляются слабые и сильные стороны предприятия, возможности и угрозы маркетинговой среды, вскрываются причины отклонения от нормальных условий работы и определяется влияние этих отклонений на технико-экономические показатели, намечаются мероприятия по совершенствованию производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия.

Учитывается влияние на деятельность предприятия не только внутренней, но и внешней среды (частично микро- и всей макросреды), проводимой экономической политики и мер, принимаемых государственными органами, внешнеэкономических факторов, влияющих на конъюнктуру рынка.

Работа студента на практике должна быть организована таким образом, чтобы в ходе ее была произведена значительная часть аналитической работы, написаны в черновом варианте три главы дипломной работы, содержащие общую характеристику объекта исследования, литературный обзор по теме дипломной работы, анализ производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия, должны быть намечены мероприятия в рамках темы дипломной работы по совершенствованию деятельности предприятия.

Результаты изучаемого предмета исследования на предприятии и анализа конкретных направлений его работы, намечаемые мероприятия по совершенствованию маркетинговой и производственно-хозяйственной деятельности должны представлять практический интерес для работников и руководства предприятия.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь №860 от 03.06.2010 «Об утверждении Положения о практике студентов, курсантов, слушателей».
2. Порядок организации и проведения учебных и производственных практик студентов учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет».
3. Стандарт организации СТП БГТУ 001-2010 «Проекты (работы) дипломные. Требования и порядок подготовки, представления к защите и защиты». – Минск: БГТУ, 2010. – 248 с.
4. Савицкая Г.В. Экономический анализ. – М.: Новое знание, 2003. – 640 с.
5. Теория маркетинга: История, методология, концепции, стратегии / под ред. М. Бейкера. – СПб: Питер, 2002. – 464 с.
6. Хербинг Р., Купер С. Настольная книга директора по маркетингу: маркетинговое планирование. Полное пошаговое руководство. – М.: Эксмо, 2009. – 832 с.
7. Березин И. С. Маркетинговый анализ: Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. – М.: Вершина, 2007. – 480 с.
8. Данько Т. П. Управление маркетингом: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2009. – 363 с.
9. Завгородняя А. В., Ямпольская Д. О. Маркетинговое планирование. – СПб: Питер, 2001. – 350 с.
10. Ландреви Ж., Леви Ж., Линдон Д. Меркатор. – М.: МЦФЭР, 2006. – 1150 с.
11. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг, менеджмент и стратегии. – СПб.: Питер, 2007. – 544 с.
12. Маркетинговые стратегии роста прибыльности и стоимости бизнеса. Практика крупных российских компаний / под ред. А. Бравермана. – М.: Экономика, 2005. – 320 с.
13. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. – СПб.: Питер, 2008. – 800 с.
14. Котлер Ф. Основы маркетинг. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2015. – 496 с.
15. Вирин Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полное практическое руководство. – М.: Эксмо, 2012. – 286 с.
16. Бек М. А. Маркетинг В2В. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 327 с.
17. Зайцева Е., Прохорова М., Худякова О. Маркетинг и маркетинговые исследования. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2010.
18. Юлдашева О., Аренков И., Наумов В., Середохо В. Маркетинг и управление потребительской ценностью. – СПб.: АМКОС, 2013. – 656 с.
19. Галицкий, Е. Б., Галицкая Е. Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 570 с.
20. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 343 с.
21. Сысоева С., Бузукова Е. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2016. – 400 с.
22. Ценообразование. Учебник и практикум / под ред. Г. Маховиковой. М.: Юрайт, 2017. – 464 с.

Пример оформления титульного листа

Утверждаю
Руководитель предприятия

(Ф.И.О.)

(подпись, печать предприятия)
«__» _____ 20__ г.

Учреждение образования
«Белорусский государственный технологический университет»

Факультет инженерно-экономический
Кафедра экономической теории и маркетинга
Специальность 1-26 02 03 «Маркетинг»

ОТЧЕТ
по производственной преддипломной практике

на _____
(наименование предприятия, сроки практики)

Исполнитель
студент ___ курса ___ группы _____
(подпись, дата) _____ (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от предприятия _____
(должность, печать предприятия) _____ (подпись, дата) _____ (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от университета _____
(должность, уч. звание) _____ (подпись, дата) _____ (Ф.И.О.)

Отчет защищен с оценкой _____

Минск 20__