

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе БГУ

\_\_\_\_\_ А.В. Данильченко

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Регистрационный № \_\_\_\_\_.

**ПРОГРАММА**  
**производственной (аналитической) практики**

для специальности:  
1-26 02 03 «Маркетинг»

Минск 2014

Составители:

Н.С. Медведева, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга, Э.В. Рыбаков магистр экон. наук, старший преподаватель кафедры маркетинга, С.П. Мармашова, магистр экономики, старший преподаватель кафедры маркетинга.

**РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ**

кафедрой маркетинга Протокол № 4 от 18.11.2014 г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко  
(подпись)

**ОДОБРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Советом Государственного института управления и социальных технологий БГУ

(протокол № 18 от 19.11.2014 г.)

Председатель

\_\_\_\_\_ П.И. Бригадин  
(подпись)

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Производственная (аналитическая) практика студентов является важной частью подготовки высококвалифицированных специалистов по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг». Она способствует подготовки к самостоятельной работе, получения студентами прочных знаний, качественных умений и устойчивых навыков по своей специальности.

Настоящая программа ориентирована на студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг», все специализации.

*Целью практики является* развитие профессиональных компетенций, предусматривающее углубление и закрепление теоретических знаний, практических умений и навыков, освоение первичных навыков по избранной специальности

Основными задачами прохождения практики студентами являются:

- закрепление теоретических знаний по экономическим и маркетинговым дисциплинам в условиях деятельности конкретной организации;
- ознакомление с предприятием (организацией) как объектом управления, функциями и ролью экономических, административных, инженерно-технических, производственных служб;
- приобретение навыков и опыта самостоятельной работы по выбранной специальности;
- изучение функций и значения маркетинговой службы в системе управления;
- ознакомление с внешнеэкономической деятельностью предприятий и организаций;
- изучение основ товарной, ценовой, распределительной политики предприятия, а также рекламной деятельности;
- изучение организационных документов, обработка и обобщение материалов для составления отчета о практике.

Практика студентов организуется в соответствии с Положением о порядке организации, проведения, подведения итогов и материального обеспечения практики студентов высших учебных заведений Республики Беларусь, утвержденным Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 03.06.2010 № 860. Ее продолжительность составляет 2 недели. Сроки прохождения практики определяются учебным планом.

Базами прохождения практики являются предприятия различных отраслей промышленности Республики Беларусь.

Общее методическое и организационное руководство практикой осуществляется кафедрой маркетинга.

Для непосредственного руководства практикой за каждой базой закрепляется преподаватель кафедры. Он уточняет программу с учетом особенностей работы предприятия (организации), контролирует прохождение студентами практики и консультирует студентов.

До начала практики проводится организационное собрание, на котором студенты получают программы и направления на практику, а также инструктаж по ее прохождению.

Непосредственное руководство практикой студентов на объекте, в структурном подразделении организации осуществляет опытный работник организации, который назначается приказом руководителя организации.

На студентов в период практики распространяются законодательство об охране труда и правила внутреннего трудового распорядка организации, а на студентов, принятых на работу на вакантные должности, распространяется также законодательство о труде. Отчетная документация по практике включает: дневник практики; отчет студента о практике.

Во время прохождения практики студент под контролем непосредственного руководителя практики от организации выполняет программу практики и отражает ход ее выполнения в дневнике прохождения практики.

По завершению практики студент составляет письменный отчет о выполнении программы практики. Отчет должен быть подписан студентом, непосредственным 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.

В течение первых двух недель после окончания практики в соответствии с графиком учебного процесса студент сдает дифференцированный зачет руководителю практики от кафедры.

При проведении дифференцированного зачета студент представляет дневник практики, отчет о выполнении программы практики и письменный отзыв непосредственного руководителя практики от организации о прохождении практики студентом. Практика оценивается по результатам защиты отчета, отзывам руководителей практики от предприятия и кафедры маркетинга.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе во время практики или неудовлетворительную оценку при сдаче зачета, повторно направляется на практику в свободное от учебы время. Оценка производственной (аналитической) практики учитывается при подведении итогов общей успеваемости студента.

Последовательность и длительность отдельных этапов производственной (аналитической) практики устанавливается на месте с учетом специфики деятельности организации (базы практики) и отражается студентом самостоятельно в дневнике практики. По окончании производственной (аналитической) практики дневник и отчет о практике передается

руководителю практики от кафедры маркетинга.

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

### **2.1 Организационные вопросы практики**

В первый день практики студент проходит инструктаж по технике безопасности и охране труда, знакомится с подразделением предприятия, которое для него будет базовым при прохождении практики, своим рабочим местом и руководителем от предприятия. Базовым подразделением может быть бюро, отдел или управление маркетинга, отдел внешнеэкономической деятельности или управление международного маркетинга, отдел логистики. Допускается прохождение практики в сбытовых службах или других подразделениях, выполняющих маркетинговые функции (рекламных отделах, отделах исследования рынка, и т.п.).

При прохождении практики студент:

- своевременно и качественно выполняет задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняется правилам внутреннего распорядка, установленного на предприятии (фирме);
- несет ответственность за выполняемую им работу;
- ведет дневник, в котором отражает работу, выполненную за день.

Руководитель от предприятия осуществляет повседневное руководство и оказывает помощь студенту по сбору необходимой ему информации. По окончании прохождения практики он дает студенту характеристику, проверяет составленный отчет, заверяет его своей подписью и пишет отзыв.

### **2.2 Вопросы, обязательные для изучения в процессе прохождения практики**

1. Общая характеристика предприятия (история создания, форма собственности, сфера деятельности, характеристика выпускаемой продукции и т.д.).
2. Организационная структура управления предприятием. Организационная структура службы маркетинга (анализ организационной структуры и принципа построения).
3. Задачи и функции подразделений службы маркетинга, ее взаимодействие с другими отделами.
4. Общая характеристика ассортимента выпускаемой продукции.
5. Характеристика основных рынков, на которых предприятие осуществляет свою деятельность.
6. Анализ конкурентной среды предприятия.
7. Политика предприятия в области принятия решений о товарном знаке и товарных марках, в области упаковки и маркировки.
8. Методика формирования цен. Анализ цен, используемых предприятием.
9. Коммуникационная политика предприятия (организации).

10. Каналы сбыта, используемые предприятием.

### 3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

#### 3.1 Примерный план прохождения практики

Примерный календарно-тематический план прохождения производственной (аналитической) практики для студентов дневной формы обучения

№ темы	Наименование темы	Продолжительность Изучения темы. дней
1	Организационно-экономическая характеристика предприятия	3
2	Маркетинговая характеристика предприятия	1
3	Анализ рынков сбыта	2
4	Товарная политика предприятия	2
5	Ценовая политика предприятия	2
6	Анализ каналов распределения продукции на предприятии.	2
7	Система маркетинговых коммуникаций	2
	ИТОГО	14

Примерный календарно-тематический план прохождения производственной (аналитической) практики для студентов заочной формы обучения

№ темы	Наименование темы	Продолжительность Изучения темы. дней
1	Организационно-экономическая характеристика предприятия	3
2	Маркетинговая характеристика предприятия	1
3	Анализ рынков сбыта	2
4	Товарная политика предприятия	2
5	Ценовая политика предприятия	2
6	Анализ каналов распределения продукции на предприятии.	2
7	Система маркетинговых коммуникаций	2
	ИТОГО	14

#### 3.2 Содержание отчета по прохождению практики

##### 3.2.1 Общая характеристика предприятия



- дать краткую характеристику объекта прохождения практики: полное наименование предприятия, месторасположение, организационная форма, форма собственности, сфера деятельности;
- изучить Устав предприятия, выделить цели и задачи, которые предприятие ставит перед собой;
- дать краткое описание организационной структуры управления предприятием, принципов ее построения, распределение прав, обязанностей и ответственности между сотрудниками, описать принципы взаимодействия между структурными подразделениями;
- дать характеристику основных организационно-экономических показателей деятельности предприятия (в динамике) и анализ их тенденций.

### **3.2.2 Маркетинговая деятельность предприятия**

- изучить и описать систему управления маркетингом на предприятии
- изучить и описать порядок взаимодействия отдела маркетинга с другими структурными подразделениями предприятия;
- проанализировать покупателей предприятия;
- изучить основных конкурентов предприятия, оценить его положение среди конкурентов;
- охарактеризовать номенклатуру и ассортимент продукции предприятия, дать характеристику используемым на предприятии видам упаковки;
- изучить используемые виды товарных знаков или торговых марок предприятием;
- проанализировать динамику цен по предприятию;
- проанализировать применяемые на предприятии способы доставки готовой продукции покупателям (размеры отгружаемых партий, схемы движения транспорта, показатели загрузки транспортных средств);
- проанализировать инструменты маркетинговых коммуникаций.

### **3.3 Требования к оформлению отчета**

По окончании производственной (аналитической) практики студент составляет письменный отчет о проделанной работе и после утверждения руководителем практики представляет руководителю от кафедры маркетинга. Отчет является индивидуальной работой студента и основным документом, характеризующим его работу во время практики.

Структура отчета включает титульный лист, содержание, введение, основную часть, индивидуальное задание, заключение.

Титульный лист отчета оформляется по образцу, приведенному в Приложении 1.

Во введении описывается актуальность прохождения практики, ее цели и задачи, приводится краткая характеристика предприятия.

Основная часть должна раскрывать следующие пункты:

1. Общая характеристика предприятия
2. Маркетинговая деятельность предприятия

В индивидуальном задании раскрываются вопросы, определенные непосредственным руководителем практики от университета.

В заключении обосновываются выводы по прохождению практики.

Текст отчета по каждому разделу программы практики пишется с новой страницы. Материал должен излагаться четко и логично.

В каждом разделе отчета приводятся необходимые таблицы, графики, формы, расчеты, документы. По каждому вопросу, в соответствии с программой, должен быть проведен анализ, сделаны выводы и предложения.

Объем отчета должен составлять 15-20 страниц компьютерного текста шрифта Times New Roman 14 размера через 1,5 интервала на бумаге формата А4. Поля составляют: левое - 30 мм., правое - 10 мм., верхнее и нижнее - 20 мм.

Иллюстрации (схемы, графики, диаграммы и т. п.) и таблицы следует располагать непосредственно после абзаца, в котором на них дается ссылка, или на следующей странице. Номер иллюстрации и ее название помещаются последовательно под иллюстрацией. Каждая таблица должна иметь номер, заголовок, который располагается над таблицей. Надпись «таблица» с указанием ее номера и заголовка помещаются в верхнем левом углу страницы без абзацного отступа.

### **3.4 Права и обязанности прохождения практики студента:**

- изучать документацию предприятия, организации в объеме заданий, определенных программой практики;
- обращаться к руководителям практики от кафедры, руководителю и непосредственному руководителю от предприятия, по организационно-методическим и иным вопросам, возникающим в процессе практики;
- своевременно прибыть на место практики;
- выполнять задания, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;
- выполнять действующие на предприятии (организации) правила внутреннего трудового распорядка, правила охраны труда и техники безопасности;
- ежедневно вести дневник, в котором необходимо отражать ход выполнения программы практики, предоставляя его для проверки руководителям практики от предприятия и института.

### **3.5 Права и обязанности руководителя практики от института:**

- участвует в проведении всех организационных мероприятий перед выездом студентов на практику (информирование о порядке прохождения практики, выдача необходимой документации и индивидуальных заданий);

- решает организационные вопросы, возникающие в процессе прохождения практики;
- осуществляет методическое руководство и контроль за ходом прохождения практики;
- представляет информацию на кафедру о ходе практики;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий по практике;
- проверяет отчеты студентов и организует их защиту;
- обсуждает итоги и анализирует выполнение программы практики на заседаниях кафедры.

### **3.6 Права и обязанности руководителя практики от предприятия (организации):**

- составляет график прохождения практики;
- обеспечивает студента необходимой информацией в соответствии с рабочей программой;
- контролирует соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил внутреннего распорядка;
- консультирует студентов по возникающим у них вопросам, связанным с особенностями маркетинговой деятельности предприятия (фирмы);
- просматривает письменный отчет о прохождении практики и заверяет его своей подписью и печатью предприятия (организации);
- составляет отзыв с оценкой работы студента.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
Белорусский государственный университет  
Государственный институт управления и социальных технологий

Кафедра маркетинга

ОТЧЕТ

о прохождении производственной (аналитической) практики

с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,

в \_\_\_\_\_

(наименование предприятия (организации))

Выполнил студент \_\_\_\_\_ (Ф. И. О.)  
курс, группа \_\_\_\_\_ (подпись)

Руководитель от ГИУСТ \_\_\_\_\_ (Ф. И. О.)  
(должность, степень) \_\_\_\_\_ (подпись)

Руководитель от предприятия (организации) \_\_\_\_\_ (Ф. И. О.)  
(подпись, печать)

Минск \_\_\_\_\_

(год)