

УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор БГЭУ

Е.Ф. Киреева

«29» // 2022 г.

Регистрационный № 187-22

ПРОГРАММА ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»

специализации 1-26 02 03 02 «Ценообразование»

СОСТАВИТЕЛЬ:

Ерчак О.В., заведующий кафедрой логистики и ценовой политики УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

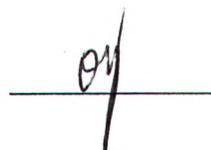
Кафедрой логистики и ценовой политики УО «Белорусский государственный экономический университет», (протокол № 3 от «13» октября 2022 г.)

Заведующий кафедрой логистики и ценовой политики

УО «Белорусский государственный

экономический университет»,

кандидат экономических наук, доцент



О.В. Ерчак

Советом факультета маркетинга и логистики УО «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 2 от 28.10.2022 г.)

Декан факультета маркетинга и логистики

УО «Белорусский государственный

экономический университет»,

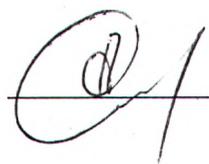
кандидат экономических наук, доцент



С.В. Разумова

Согласовано:

Руководитель практики БГЭУ



А.М. Слюнькин

Содержание

1. Пояснительная записка	4
2. Содержание практики	8
3. Информационно–методическая часть	9
3.1 Индивидуальное задание	9
3.2 Подведение итогов практики	9
4. Обязанности студента	11
5. Список рекомендуемых источников	12
Приложение 1	15

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Образовательная программа высшего образования первой ступени, предусматривает организацию практики по специальности, которая является неотъемлемой частью учебного процесса. Она направлена на формирование и развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практика направлена на закрепление знаний и умений, полученных в процессе теоретического обучения, овладение навыками исследования актуальных научных и прикладных проблем, решения социально-профессиональных задач.

Программа разработана в соответствии с образовательным стандартом ОСВО 1-26 02 03-2021 для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 «Ценообразование» и Положением о практике студентов в учреждении образования «Белорусский государственный экономический университет», утвержденным приказом ректора БГЭУ от 27.09.2018 г. № 993-А. Цель ознакомительной практики - углубление и закрепление знаний и умений, полученных в процессе теоретического обучения, получение представления об особенностях профессии, квалификации, о задачах и проблемах маркетинговых служб организаций, принципах управления маркетингом, роли маркетинга в деятельности организаций и предприятий Республики Беларусь.

Практика студентов согласуется с целями и задачами подготовки специалистов по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 «Ценообразование» и является видом учебно-воспитательного процесса, который осуществляется университетом совместно с организацией (базой практики) и сочетает в себе комплекс различных работ, направленных на углубление профессионального уровня будущих специалистов, подготовку их к самостоятельной работе.

Практика специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 «Ценообразование» проходит в организациях различных организационно-правовых и организационно-хозяйственных форм отраслей промышленности, строительства, транспорта, торговли, непромышленной сферы. Практику проходят в соответствии с настоящей программой практики в отделе или управлении маркетинга, сбыта, планово-экономическом отделе и др.

Обучающиеся, работающие по специальности, могут проходить ознакомительную практику по месту работы в соответствии с программой практики. Индивидуальное задание может быть определено в соответствии со служебными обязанностями и характером работ, выполняемых обучающимся на рабочем месте по согласованию с руководителем практики от кафедры. В период прохождения ознакомительной практики рекомендуется

использовать различные информационно-коммуникационные технологии (в частности Moodle), позволяющие обеспечивать взаимодействие обучающихся и руководителя практики от кафедры, проводить консультации как по выполнению программы практики, так и по оформлению отчета. Аттестация итогов ознакомительной практики осуществляется в форме защиты письменного отчета о выполнении программы ознакомительной практики. Студенты заочной формы обучения сдают дифференцированный зачет в сроки, определенные приказом ректора.

Основными задачами ознакомительной практики являются:

- ознакомление с организационной структурой управления предприятий различных форм собственности, структурой служб маркетинга;
- изучение экономической деятельности предприятия, методов и форм организации маркетинга;
- ознакомление с квалификационными требованиями, предъявляемыми к специалистам, работающим на предприятиях;
- ознакомление практикантов с функциональными обязанностями работников экономических служб;
- ознакомление с подходами к управлению маркетингом в организациях Республики Беларусь.

Студент в ходе прохождения ознакомительной практики должен сформировать следующие компетенции: владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации; быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности; проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности.

Ознакомительная практика проводится во 2 семестре в соответствии с учебным планом по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» специализации 1-26 02 03 «Ценообразование».

Продолжительность ознакомительной практики составляет 2 недели (3 зачетных единицы). Место практики может быть предложено студентом самостоятельно или предоставлено университетом. Общее руководство практикой студентов на базе практики приказом руководителя организации возлагается, как правило, на одного из заместителей, а непосредственное руководство - на высококвалифицированных специалистов структурных подразделений, имеющих высшее специальное образование. Оформление на практику и назначение руководителя осуществляет соответствующий отдел (управление) организации по предоставленному студентом направлению.

Студент должен явиться на место прохождения практики в срок, установленный учебным планом. Опоздание на практику без уважительных причин является нарушением учебной дисциплины и влечет за собой продление срока практики.

Уважительные причины опоздания должны быть подтверждены соответствующим документом. Режим работы для студентов-практикантов устанавливается учебным планом и распоряжением руководителя организации.

В случае пропусков практика студенту продлевается на соответствующий срок.

Студент должен ознакомить руководителя от организации с программой практики, согласовать с ним календарный план-график на весь период, который отражается в дневнике. Студенты, не выполнившие план-график прохождения практики, индивидуальные задания, выданные руководителем, нарушающие трудовую дисциплину, по представлению руководителей практики вызываются на заседание кафедры, где принимается соответствующее решение. В первый день практики студент проходит инструктаж по технике безопасности и охране труда, знакомится с историей организации. Затем студент приступает к углубленному изучению вопросов в соответствии с программой ознакомительной практики.

Методическое руководство практикой от университета осуществляется преподавателем кафедры, ответственным за проведение практики по специализации 1-26 02 03 «Ценообразование».

Руководитель практики от кафедры обязан:

до начала практики обеспечить организационные мероприятия (инструктаж по выполнению программы, ведению дневника и т.п.);

вместе с руководителем практики от организации определить и выдать индивидуальное задание на время практики;

периодически посещать базы практики, оказывая методическую помощь в прохождении практики, осуществлять контроль за выполнением правил внутреннего трудового распорядка;

консультировать студента по сбору практических материалов для написания отчета по практике;

прорецензировать отчет о практике и дать отзыв (заключение) о соответствии отчета программе практики и о работе студента;

организовать защиту отчета о практике.

Руководитель практики от организации обязан:

организовать прохождение практики в тесном контакте с руководителем от университета;

разработать и утвердить календарно-тематический план прохождения практики совместно со студентом;

создать необходимые условия, обеспечивающие наибольшую эффективность прохождения практики;

осуществлять постоянный контроль прохождения практики студентом в соответствии с утвержденным календарно-тематическим планом;

контролировать соблюдение правил внутреннего распорядка организации.

При нарушении сообщать об этом на кафедру (руководителю от университета);
контролировать своевременное ведение дневника о практике, подготовку отчета о практике, регулярно подписывать дневник;

по окончании практики дать на студента характеристику, которая вместе с отчетом представляется в университет. В характеристике должны содержаться сведения о выполнении программы практики и индивидуального задания, об отношении студента к прохождению практики.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

За время прохождения практики в организациях Республики Беларусь необходимо изучить и выполнить работы по следующим темам:

1. Общая характеристика объекта прохождения практики (история создания, форма собственности, сфера деятельности, характеристика выпускаемой продукции, направления специализации).

2. Изучение Устава предприятия, его целей, задач, функций.

3. Анализ организационной структуры управления предприятием, принципов ее построения, распределение прав, обязанностей и ответственности между сотрудниками, описать принципы взаимодействия между структурными подразделениями, ответственными за выполнение маркетинговых функций.

4. Анализ численности персонала, его состава и структуры

5. Описание системы управления предприятия и используемыми компьютерными информационными технологиями для разработки и поддержки управленческих решений (базы данных предприятия, их использование, компьютерная оснащенность предприятия, система информационного взаимодействия между отделами и службами).

6. Характеристика производственной структуры, ее отличие от организационной.

7. Характеристика основных рынков, на которых предприятие осуществляет свою деятельность.

8. Проанализировать деятельность организации на внутреннем и внешнем рынках, провести оценку основных конкурентов.

Содержание практики при групповом посещении баз практики (для студентов дневной формы обучения):

1. Общая характеристика организации (название и месторасположение, история создания; форма собственности, организационно-правовой статус организации, цель, задачи и виды деятельности).

2. Анализ организационной структуры управления предприятием, принципов ее построения, распределение прав, обязанностей и ответственности между сотрудниками, описать принципы взаимодействия между структурными подразделениями, ответственными за выполнение маркетинговых функций. Организационную структуру управления в отчете представить в виде схемы, указать функции отдельных подразделений.

3. Раскрыть роль и значение маркетинга и ценообразования в деятельности предприятия (организации).

4. Провести оценку основных конкурентов организации (месторасположение, ассортимент продукции/услуг, уровень цен, информационное обеспечение маркетинговых процессов). При исследовании можно использовать электронные ресурсы Интернет.

3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

3.1 Индивидуальное задание

Индивидуальное задание выдается руководителем практики от кафедры накануне практики.

Индивидуальное задание оформляется отдельно от отчета по практике. Качество его выполнения учитывается при оценке итогов практики. Объем индивидуального задания составляет 3-5 страниц. Студент, не выполнивший индивидуальное задание, не допускается к защите отчета о практике.

При выполнении индивидуального задания студентами могут исследоваться следующие направления:

1. Изучить ассортимент товаров (продукции) предприятия (организации) и уровень применяемых цен:

1.1 проанализировать представленные на сайте компании разделы о предприятии;

1.2 изучить ассортимент товаров (продукции) и цены. Сравнить цены с конкурентами.

2. Изучить ассортимент и качество (продукции) предприятия:

2.1 проанализировать ассортимент товаров (продукции) на сайте предприятия;

2.2 оценить качество товаров предприятия и его основных конкурентов.

3. Изучить факторы, влияющие на цены предприятия:

3.1 изучить информацию, необходимую для принятия решений по ценам на предприятии;

3.2 изучить информацию о политике государственного регулирования ценообразованием.

4. Маркетинговая информационная система

4.1 исследовать программное обеспечение, необходимое для организации маркетинга на предприятии;

4.2 проанализировать уровень оснащенности компьютерным оборудованием подразделений, ответственных за маркетинговые функции.

3.2 Подведение итогов практики

В течение всего срока практики студент должен ежедневно заполнять дневник практики, который в дальнейшем будет служить основным исходным материалом для составления отчета о практике. В дневник записываются выполняемые виды работ в соответствии с планом-графиком.

В дневнике дается отзыв руководителя от организации об отношении студента к практике, о его деловых качествах и т. п., а также предложения студента по совершенствованию организации практики.

По окончании практики студент должен составить отчет. Содержание

отчета должно раскрывать задачи, основное содержание по темам практики, изложенные выше в данной программе.

В общей части следует дать характеристику организации, структуре отдела маркетинга, указать используемые организацией функции управления комплексом маркетинга.

Объем отчета 20-30 страниц машинописного текста на листах формата А4 (210*297 мм). К отчету прилагаются таблицы, рисунки, бланки, формы и копии документов, которые изучались студентом по соответствующим разделам программы практики. В отчете по каждому из направлений, включенных в программу, можно дать заключение о соответствии их передовой отечественной и зарубежной практике, а также определить и аргументировать собственное мнение.

Отчет оформляется в соответствии с требованиями стандарта БГЭУ СТП 20-04-2008, СТП 20-05-2008. Титульный лист оформляется согласно приложению 1. Содержание отчета формируется из вопросов, предлагаемых к изучению, и должен содержать:

1. на титульном листе - наименование практики, место ее прохождения, фамилия, имя, отчество студента с указанием курса, специальности и срока практики, а также руководителей практики от кафедры и от организации;
2. содержание с перечнем всех глав, разделов, подразделов с указанием страниц;
3. описательную, графическую, иллюстративную части;
4. сплошную нумерацию листов текста, включая титульный лист; индивидуальное задание;
5. приложения к отчету;
6. справки о внедрении (в случае их наличия).

Оформленный отчет и дневник сдаются на кафедру в течение трех дней после прибытия с практики (после летних каникул, если практика проводится в июле). После сдачи отчет регистрируется на кафедре, проверяется руководителем практики от кафедры, который дает заключение о выполнении программы практики, качестве отчета и допуске (не допуске) к защите. Защиту отчета принимает руководитель практики от кафедры в течение первых двух недель после окончания практики в соответствии с графиком образовательного процесса. Руководителем практики от кафедры выставляется дифференцированная балльная оценка.

При оценке итогов практики принимается во внимание отзыв и характеристика руководителя от организации. Оценка по практике заносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку, приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов и назначении стипендии в соответствующем семестре. Если зачет по практике проводится после издания приказа о назначении

стипендии, то оценка относится к результатам следующей сессии.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при сдаче дифференцированного зачета повторно направляется на практику в свободное от учебы время. При этом сохраняется предусмотренная учебным планом продолжительность практики.

4. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА

При прохождении практики студенту необходимо:

- получить на кафедре направление на практику, дневник и программу практики и ее изучить;
- получить от руководителя практики от кафедры инструктаж;
- своевременно явиться на место практики в срок, установленный университетом для начала практики;
- ознакомить руководителя от организации с программой практики;
- совместно с руководителем от организации составить календарно-тематический план прохождения практики и представить его на утверждение руководителям от организации и университета;
- получить индивидуальное задание от руководителей практики;
- участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры;
- ежедневно вести записи в дневнике о проделанной работе и давать на подпись руководителю от организации;
- подчиняться действующим в организации правилам внутреннего распорядка, принимать активное участие в общественной жизни организации;
- полностью выполнять требования, предусмотренные программой практики и руководителей;
- в трехдневный срок после окончания практики представить на кафедру письменный отчет о практике с выполненным индивидуальным заданием и приложением всех документов, составленных лично, дневника с составленной характеристикой;
- в установленный кафедрой срок защитить отчет о прохождении практики.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> (дата обращения: 03.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст: электронный.
2. Гавриков, А. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / А. Гавриков, В. Давыдов, М. Федоров. - М. : АСТ, 2020. - 345, [6] с. : ил.
3. Гражданский кодекс Республики Беларусь: ринят Палатой представителей 28 окт. 1998г.:одобр.Советом Респ. 19 нояб.1998 г.: текст по состоянию на 1 сент 2009 г.// Консультант плюс: Беларусь. Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2010.
4. Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 «О ценообразовании». Принят Палатой представителей 13 апреля 1999 г. Одобрен Советом Республики 26 апреля 1999 г.
5. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования. Практикум: Уч.пос./ Т.Г. Зорина, С.В. Артеменко. – Минск: БГЭУ, 2020. – 400 с.
6. Инструкция о порядке регулирования цен (тарифов) на товары (работы, услуги) субъектов занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь: Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Респ. Беларусь от 6 апреля 2018 года № 20 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь от 15.05.2018 г., № 8/33104.
7. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058467> (дата обращения: 03.01.2022). – Режим доступа: по подписке.
8. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практ. руководство / Нэреш К. Малхотра. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2016. – 1184 с.
9. Мантусов, В.Б. Ценообразование в международной торговле: учеб. пособие / В.Б. Мантусов; Российская таможенная академия. – М.: Юнити, 2017.- 80 с. : ил., граф.- Текст: электронный – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?Page=book&id=620025>(flaTa обращения: 22.11.2021). – Библиогр.: с. 67. – ISBN 978-5-238-02861-3. –Режим доступа: по подписке.
10. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие : для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки "Менеджмент", профиль "Маркетинг" (уровень бакалавриата), и "Менеджмент"

(уровень магистратуры) / [Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт отраслевого менеджмента ; под редакцией Л. С. Латышовой]. – 2-е изд. – М. : Дашков и К°, 2019. — 141 с. : табл., цв. ил.

11. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 200 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004240-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231019> (дата обращения: 24.11.2021). – Режим доступа: по подписке. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 200 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004240-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231019> (дата обращения: 24.11.2021). – Режим доступа: по подписке.

12. Налоговый кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 11 декабря 2009 года, одобрен Советом республики 18 декабря 2009 года (в ред. Закона от 18.10.2016) № 432-3, с. изм. и доп. от 01.01.2018 г. // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 26.10.2016, 2/2430.

13. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь от 25.11.2004. № 347-3 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, 2004 г., № 4, 2/11096.

14. Цена и ценовая политика компании: учебник для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлению подготовки «Финансы» / [Н.В. Грызунова и др.]; под ред. Н.В. Грызуновой; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. - М.: КНОРУС, 2020. - 212, [1] с. : ил. - (Бакалавриат и магистратура).

15. Ценообразование в строительстве: учебно-методическое пособие для студентов направления специальности 1-27 01 01-17 "Экономика и организация производства (строительство)" / О. С. Голубова, С. А. Ещенко. - Минск : БНТУ, 2019. – 67 с.

16. Ценообразование в торговле: курс лекций: для студентов специальности 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность", для слушателей переподготовки специальности 1-25 03 75 "Бухгалтерский учет и контроль в промышленности" / Н. Л. Прокофьева. - Изд. 2-е, переработанное и дополненное. - Витебск : ВГТУ, 2018. – 143 с.

17. Ценообразование: методические рекомендации к семинарским занятиям / А. А. Голубицкая. - Минск : БИП, 2019. – 73 с.

18. Ценообразование: учебное пособие / В. В. Мякинская, А. А. Голубицкая. - Минск : БИП, 2021. - 143 с.

19. Ценообразование: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Маркетинг", "Логистика",

"Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И. И. Полещук, Н. А. Полещук. - Минск : Белорусский государственный экономический университет, 2019. - 282 с.

20. Ценообразование: учебное пособие для учащихся учреждений образования, реализующих образовательные программы среднего специального образования по специальностям "Маркетинг", "Экономика и организация производства" / А. А. Савицкий. - Минск : Республиканский институт профессионального образования, 2020. - 177 с.

21. Ценообразование: учебно-практическое пособие / П. Н. Шуляк. - 13-е изд., переработанное и дополненное. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 192 с.

22. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям : [в 2 ч.] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - М.: Юрайт, 2019. - Ч. 1. - 243, [1] с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс).

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель организации

_____ Ф.И.О.

« » _____ 20__

Место для печати

Кафедра _____

ОТЧЕТ

о прохождении учебной практики

с _____ по _____ 20__ г.,

в _____
(наименование предприятия (организации))

Выполнил студент _____ (Ф. И. О.)

ФМк, курс, группа _____ (подпись)

Руководитель от БГЭУ _____ (Ф. И. О.)

(должность, степень) _____ (подпись)

Руководитель от организации _____ (Ф. И. О.)

(подпись)

МИНСК

20__ г.