

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ (ЧАСТНОЕ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»
(НОУ ВПО «ТИБ»)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор С.Л. Красинский

« 03 » 02 2015 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
учебной

Специальность /
направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки Финансы и кредит

Квалификация /
степень Академический бакалавр

(заочная форма обучения, с применением ДОО)

ТОМСК – 2015

Настоящие учебно-методические материалы рассмотрены и утверждены на заседании
УМС НОУ ВПО «Томский институт бизнеса» «03» 02 2015 г., протокол № 2

Разработчик:

К.э.н., профессор КЭМ



А.В. Маркова

Согласовано:

Декан ФП



А.В. Маркова

И.о. заведующего кафедрой ЭМ



А.В. Маркова

1. Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачётных единицы (2 недели).

2. Цель и задачи практики:

Цель практики - обеспечить формирование базовых профессиональных и профильных знаний, умений и навыков в области предпринимательской деятельности.

Задачами учебной практики являются:

- овладение практическими навыками в области организации собственного бизнеса;
- выявление и формирование у студента склонности к предпринимательской деятельности;
- развитие навыков и способностей к профессиональному общению и решению профессиональных задач.

3. Место практики в структуре ООП:

Учебная практика студентов по направлению «Экономика» – составная часть основной образовательной программы высшего образования по направлению – «Экономика». В соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса студенты проходят учебную практику в течение двух недель.

Учебная практика по направлению «Экономика» базируется на закреплении навыков по базовым дисциплинам профессионального цикла (маркетинг, менеджмент) и подготавливает базу для изучения дисциплин профессионального цикла и специализации.

4. Требования к результатам практики:

Прохождение практики направлено на формирование следующих компетенций:

владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем (ОК-4);

умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);

готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);

способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность (ОК-8);

способен к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-9);

способен критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-10);

осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-11);

способен понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-12);

владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

владеет одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);

владеет основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

владеет средствами самостоятельного методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, готов к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-16).

способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1);

способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, (ПК-2);

способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами (ПК-3);

способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);

способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ПК-5);

способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-6);

способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм

собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-7);

способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-8);

способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-9);

способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10);

организационно-управленческая деятельность

способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-11);

способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-12);

способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-13).

В результате прохождения практики студент должен:

Знать:

- специфику организационно-правовых форм предприятий;
- основные организационные, распорядительные, отчетные, информационно-справочные документы предприятия;

Уметь:

- изучать основные формы, методы и принципы коммуникации предприятия с другими хозяйствующими субъектами;
- оценить уровень конкуренции в зоне деятельности предприятия;
- разработать маркетинговую стратегию.

Владеть:

- навыками выявления особенностей ассортиментной, ценовой и др. политики предприятия;
- навыками анализа рыночной среды и конкуренции;
- навыками разработки политики продвижения.

5. Требования к месту прохождения практики:

Учебную практику, при наличии заключенного договора, студенты могут пройти в отделах маркетинга, в отделах по работе с клиентами, организационно-управленческих службах (например, в отделе продаж, в кадровой службе, в отделе по персоналу, в PR-отделе (отдел по связям с общественностью) и т.п.):

- в частных предприятиях любой организационно-правовой форме;
- у индивидуальных предпринимателей;
- в частных коммерческих и некоммерческих организациях.

6. Содержание отчёта по практике:

Отчет по практике включает в себя набор следующих документов:

- Дневник студента;
- Характеристика-отзыв;

- Отчет по практике.

Дневник студента включает следующие разделы:

- Общие сведения;
- Характеристика;
- Содержание работы (краткий отчет);
- Оценка практической деятельности студента;
- Сроки;
- Заключение руководителя практики от Института.

Структура отчета по практике выглядит следующим образом:

Введение

1. Обзор прочитанной литературы

2. Маркетинговое исследование рынка

3. Политика продвижения

Заключение

Список используемых источников

Приложения

7. Форма аттестации:

По итогам практики студент предоставляет руководителю практики отчет, содержащий документы, заверенные подписью руководителя и печатью организации – базы практики.

Защита отчетов проходит в форме отчетной конференции. Студент готовит доклад и презентацию, содержащие анализ практики и выводы, сделанные студентом. Анализ практики включает в себя изложение цели и задач практики, поэтапное описание выполненной работы, результаты практики. Студент отвечает на вопросы присутствующих.

По итогам защиты выставляется оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). При выставлении оценки учитывается качество выполнения студентом заданий по практике, оценка в характеристике-отзыве, качество письменного отчета, качество выступления на защите и ответов на вопросы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики:

8.1. Основная литература

- Абрамс Р. Библия малого бизнеса. Все, что об этом знают лучшие экономисты, бизнесмены, преподаватели. FORBES рекомендует / Ронда Абрамс. М.: АСТ, 2011. - 352 с.
- Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая по состоянию на 1 июня 2013 г. - Москва: Проспект, КноРус, 2013. - 528 с.
- Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. - 4-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 211 с.
- Краткий курс по предпринимательскому праву: учеб. пособие. - М.: Издательство "Окей-книга", 2013. - 157 с.
- Ньютон Р. Управление проектами от А до Я / Ричард Ньютон; Пер. с англ. - 5-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 180 с.

8.2. Дополнительная литература

- Абрамс.Р. Открыть? Свой? Бизнес? Чтобы шансы на успех были максимальными / Ронда Абрамс. - М.: АСТ, 2012. - 416 с. - (Современные бизнес-технологии)
- Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. - СПб.: Питер, 2014. - 480 с.
- Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие/ под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 282 с.
- Парабеллум А., Колотилов Е. Клиенты на халяву. 110 способов их бесплатного привлечения. - СПб.: Питер, 2013. - 192 с.: ил.
- Скляр Е.Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014. - 216 с.

8.3.Электронные ресурсы

- «Айбукс.ру» // Режим доступа: <http://www.ibooks.ru>
- «Юрайт» // Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС издательства «Лань» // Режим доступа: <http://www.e.lanbook.com/>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // Режим доступа: <http://window.edu.ru>

8.4.Программное обеспечение.

Не предусмотрено

Приложение

ПЛАН-ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ¹

№ п/п	Вид работы	Кол-во часов
1.	Ознакомление с материалами книг по маркетингу, бизнесу и продажам исходя из списка рекомендованной литературы. Составление обзора прочитанной литературы.	28
2.	Маркетинговое исследование рынка: - выбрать и протестировать нишу; - составить портрет ваших потребителей; - определить емкость рынка; - сделать конкурентный анализ; - сделать SWOT-анализ.	28
3.	Разработка политики продвижения бизнеса: - найти поставщиков; - определить ценовую политику; - разработать рекламную кампанию и составить ее бюджет; - рассмотреть возможности малобюджетного маркетинга, партизанского маркетинга.	28

¹ Заполняется для учебной практики, производственной практики (не включающей стажировку), преддипломной практики.

4.	Подготовка отчета по практике.	24
	Итого:	108 часов