

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 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки Управление малым бизнесом

Квалификация /  
степень Академический бакалавр

(заочная форма обучения, с применением ДОТ)

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

*Мф*

А.В. Маркова

Согласовано:

Декан ФП

*Мф*

А.В. Маркова

И.о. заведующего кафедрой ЭМ

*Мф*

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 «Менеджмент» – составная часть основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению – «Менеджмент». В соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса студенты проходят производственную практику в течение двух недель.

Учебная практика по направлению «Менеджмент» 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:

владение культурой мышления, способность к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);

умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);

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

способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);

умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);

стремление к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);

осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);

способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);

владение методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);

понимание роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16);

владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);

способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);

способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);

способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);

владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21);

способность придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни (ОК-22);

способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);

готовность к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);

способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);

способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);

владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);

способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);

способность оценивания условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);

способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);

способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);

способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);

способность оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);

способность участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);

владение современными технологиями управления персоналом (ПК-14);

готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);

способность учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);

готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способность преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);

владение методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (учебной) деятельностью организаций (ПК-18);

способность планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);

владение методами управления проектами и готовность к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20);

готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);

знание современных концепций организации операционной деятельности и готовностью к их применению (ПК-22);

знание современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);

способность решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24);

знакомство с основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25);

способность к экономическому образу мышления (ПК-26);

способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);

знание экономических основ поведения организаций и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);

умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);

способность выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);

владение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);

владение методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);

умение моделировать бизнес-процессы и знакомство с методами реорганизации бизнес-процессов (ПК-35);

умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ПК-36);

умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);

способность применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);

владение навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);

способность анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);

способность оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат (ПК-41);

способность проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);

способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);

способность обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);

владение техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);

понимание роли финансовых рынков и институтов, способность к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);

способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);

способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-49);

способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

В результате прохождения практики студент должен:

Знать:

- специфику организационно-правовых форм предприятий;
- основные организационные, распорядительные, отчётные, 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

- Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Промышленность.- М., 2012.
- Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М., 2010.
- Котлер Филипп Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2013. – 656 с.
- Филипп Котлер Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер.- М, 2014.
- Николай Мрочковский, Андрей Парабеллум, Владимир Калаев Социальные сети Источники новых клиентов для бизнеса.- М., 2013.
- Манн И. Маркетинг Без бюджета. 57 эффективных приемов маркетинга.- М.,2010.
- Андрей Парабеллум, Евгений Колотилов. Клиенты на халяву,110 способов их бесплатного привлечения. – М, 2012.
- Энди Серновиц Сарафанный маркетинг Как умные компании заставляют о себе говорить. – М., 2013.
- Вебор Ларри Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М.: Манн, Иванов и Форбер, 2010.- 320 с.
- Бакшт Константин Построение отдела продаж. – М., 2013.

### 8.2. Дополнительная литература

- Горфинкеля В.Я., Чернышова Б.Н. Экономика предприятия: Учебник. Практикум. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. 355с.
- Мяснянкина О.В. Экономика предприятия: учеб.пособие/ О.В. Мяснянкина, Б.Г. Преображенский. – М.: КНОРУС, 2012г. – 192с.
- Романенко И.В. Экономика предприятия. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика,2012.-294с.
- Сергеев И.В. Экономика предприятий (предприятий): Учебное пособие для вузов /И.В. Сергеев, И.И. Веретинникова. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект,2011.-560с.
- Справочник директора предприятия / Под ред. М.Г. Лапуста- 6-е изд, испр., измен. и доп.- М.: ИНФРА- М, 2009.- 304 с.

- Экономика организаций: Учебник для вузов /Ю.Ф. Елизаров. – 5-е изд. Испр. – М.: Изд-во «Экзамен», 2013 – 495 с.
- Экономика предприятия. Учебник для вузов 5-е изд. /Под ред. В.Е. Семенова, 2012-256с.
- Экономика предприятия. Учебник для вузов. – 3-е изд. /Е. Кантора, 2012-419с.

#### 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



ПЛАН-ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ <sup>1</sup>

№ 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.	30
2.	Маркетинговое исследование рынка: - выбрать и протестировать нишу; - составить портрет ваших потребителей; - определить емкость рынка; - сделать конкурентный анализ; - сделать SWOT-анализ.	30
3.	Разработка политики продвижения бизнеса: - найти поставщиков; - определить ценовую политику; - разработать рекламную кампанию и составить ее бюджет; - рассмотреть возможности малобюджетного маркетинга, партизанского маркетинга.	30
4.	Подготовка отчета по практике.	18
	Итого:	108 часов

<sup>1</sup> Заполняется для учебной практики, производственной практики (не включающей стажировку), преддипломной практики.