

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по научно-методической работе  
Учреждения образования  
Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО»

А.Н. Лепёхин

2021

Регистрационный № УД-008-21 /пр.



**ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ) ПРАКТИКИ**

для специальности  
1-26 02 03 Маркетинг

направления специальности  
1-26 02 03 Маркетинг

специализации  
1-26 02 03 01 Рекламная деятельность

Контрольный экземпляр

2021 г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

И.В.Говорень, старший преподаватель кафедры логистики и маркетинга учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО»

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой логистики и маркетинга Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО» (протокол № 7 от 20.02.2021);

Советом экономического факультета Учреждения образования Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО» (протокол № 5 от 25.02.2021)

*Нормоконтроль  
ведущий специалист УЧУ  
Могучович Т. А.*

## I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Ознакомительная практика является важным этапом подготовки студентов к самостоятельной работе, получения студентами прочных знаний, качественных умений и устойчивых навыков по своей специальности.

### **Цель практики:**

Формирование у студентов практических умений и навыков по изучаемым дисциплинам, а также изучение содержания будущей профессиональной деятельности.

### **Задачи практики:**

закрепление теоретических знаний полученных при изучении специальных дисциплин;

приобретение навыков и опыта самостоятельной работы по выбранной специальности;

ознакомление с организацией управления предприятием;

изучение функций и значения маркетинговой службы (службы логистики) в системе управления предприятием.

В ходе прохождения ознакомительной практики студент должен обладать следующими компетенциями:

#### **академическими:**

АК-1. Уметь применять базовые научно-технические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно;

#### **социально-личностными:**

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-6. Уметь работать в команде;

#### **профессиональными:**

ПК-2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК-4. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям;

ПК-14. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать ее экономический потенциал, сильные и слабые стороны.

ПК-17. Осуществлять анализ маркетинговой деятельности организации.

ПК-21. Осуществлять поиски разработку идей по созданию новых и совершенствованию существующих товаров.

ПК-26. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

## II. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### **Организация и руководство учебной (ознакомительной) практикой**

#### **Обязанности студента во время прохождения практики обязан:**

- прибыть на место практики в установленный срок;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка и требования трудового законодательства;
- своевременно и качественно выполнять задания, предусмотренные программой и индивидуальным заданием;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты;
- ежедневно вести дневник по установленной форме;
- согласовать с руководителем практики от университета тему индивидуального задания, собрать и систематизировать материал для ее написания;
- ведет дневник, в котором отражает работу, выполненную за день;
- составить отчет о результатах прохождения практики своевременно представить его руководителю для проверки и допуска к защите.

**Руководитель от предприятия** осуществляет 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.

По окончании практики студент представляет руководителю от кафедры отчет о ее прохождении.

После окончания практики кафедра организует защиту отчетов.

Продолжительность практики – 2 недели.

**Общее руководство и контроль** за прохождением практики осуществляется кафедрой.

### III. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

#### Календарно-тематический план прохождения практики

Продолжительность практики 2 недели.

№	Тема	Количество дней
1.	Общая характеристика предприятия (организации)	3
2.	Изучение маркетинговой деятельности на предприятии (организации)	3
3.	Индивидуальное задание	2
4.	Оформление отчёта по практике	2
	<b>ИТОГО:</b>	10 рабочих дней = 2 недели

#### Структура отчета по ознакомительной практике

Отчет должен содержать все пункты, перечисленные далее, но с учетом специфики предприятия, на котором студент проходит практику:

Титульный лист (Приложение А).

Оглавление.

Введение.

Глава 1. Общая характеристика предприятия (организации).

1.1. История создания предприятия и сфера деятельности. Организационная структура управления предприятием.

1.2. Микросреда деятельности предприятия: изучение и оценка основных поставщиков, потребителей, посредников и конкурентов.

Глава 2 Изучение маркетинговой деятельности на предприятии (организации).

2.1. Служба маркетинга на предприятии (организационная структура управления отделом маркетинга и его взаимосвязь с другими подразделениями на предприятии, функциональные обязанности сотрудников (а) отдела).

2.2. Информационная база и источники получения маркетинговой информации.

2.3. Характеристика ассортимента товаров (услуг).

2.4. Изучение ценовой политики предприятия (порядок формирования цены, используемые документы).

2.5. Изучение сбытовой политики предприятия.

2.6. Изучение коммуникационной политики предприятия.

Глава 3. Индивидуальное задание (тема индивидуального задания выдается руководителем практики каждому студенту).

Заключение.

Список использованных источников (используемые документы предприятия).

Приложения.

## Содержание, оформление и защита отчёта по практике

Отчет по практике является основным документом при его защите. **Содержание отчета** должно соответствовать программе практики. Письменный отчет по ознакомительной практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе, а также краткое описание деятельности предприятия (организации), выводы и предложения. В отчете обобщается и систематизируется материал, собранный на практике, содержатся таблицы, графики, диаграммы, рисунки, схемы, расчеты, прилагаются заполненные документы и формы отчетности. К отчёту прилагается **дневник** прохождения практики, оформленный соответствующим образом.

Отчёт подписывается студентом, руководителем практики от университета и предприятия, утверждается руководителем базы практики. Подпись руководителя базы практики в отчёте и дневнике, в установленном порядке заверяется печатью предприятия (организации).

### Правила оформления отчёта

1. Отчёт оформляется в соответствии со стандартными требованиями, изложенными в соответствующей литературе:

Методические рекомендации по подготовке, оформлению и защите курсовых и дипломных работ, магистерских диссертаций – Минск: МИТСО, 2014. – 76 с.

Кратко: шрифт Times New Roman 14, междустрочный интервал 18 пт без интервала между абзацами, с абзацным отступом 1,25 см.) и далее см. выше указанные Методические рекомендации.

2. Объем отчета по учебной практике – 20–25 страниц машинописного текста.

3. Структура отчета приведена выше.

Отчет по практике (с приложениями) сшивается в папке скоросшивателе или переплетается.

### Защита отчёта по практике

Отчёт в полном объёме предоставляется руководителю на проверку в течение 2 (двух) дней после окончания практики. Проверенный руководителем и допущенный к защите отчёт возвращается студенту для подготовки к устной защите его содержания. В случае отрицательного отзыва отчёт подлежит доработке в соответствии с письменными замечаниями руководителя. Сроки и место проведения защиты отчёта по практике устанавливаются кафедрой. По результатам прохождения практики и защиты отчёта студенту выставляется оценка (дифференцированный зачет).

### Темы индивидуальных заданий

1. Формирование комплекса маркетинга предприятия.
2. Маркетинговая информационная система предприятия.
3. Анализ конкурентной среды предприятия.
4. Проведение маркетингового исследования на предприятии (организации).
5. Осуществление сегментации рынка на предприятии (организации).
6. Выбор целевого рынка предприятия.
7. Позиционирования товара (торговой марки, организации) на рынке.
8. Моделирование поведения покупателей на потребительском рынке.
9. Моделирование поведения покупателей на промышленных рынках.
10. Закупочная деятельность на предприятии (организации).
11. Товарная политика предприятия и механизм ее формирования.
12. Ассортиментная политика предприятия (организации).
13. Определение конкурентоспособности товара предприятия (организации).
14. Качество товара предприятия (организации).
15. Разработка и внедрение на рынок новых товаров.
16. Упаковка и маркировка товара предприятия (организации).
17. Оценка товарного знака.
18. Брендинг как современное направление маркетинговой деятельности предприятия.
19. Сервис в товарной политике.
20. Ценовая политика на предприятии (организации).
21. Методы ценообразования, используемые на предприятии (организации).
22. Используемые ценовые стратегии на предприятии (организации).
23. Особенности установления цен на товары промышленного назначения.
24. Мерчандайзинг в организации торговли.
25. Сбытовая политика предприятия (организации).
26. Формирование каналов и методов сбыта товаров предприятия.
27. Электронная торговля в маркетинговой деятельности предприятия.
28. Логистика и управление товародвижением на предприятии.
29. Фирменный стиль предприятия.
30. Коммуникационная политика предприятия.
31. Выставки и ярмарки в маркетинговой деятельности предприятия.
32. Рекламная деятельность предприятия (организации).
33. Стимулирование сбыта как инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия.
34. Роль PR деятельности в маркетинговой деятельности предприятия.
35. Личная продажа.
36. Сетевой маркетинг.
37. Связи с общественностью в процессе продвижения.

38. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
39. Стратегический план маркетинговой деятельности предприятия.
40. Формирование маркетингового бюджета предприятия.
41. Внешний маркетинговый аудит в деятельности предприятия.
42. Интернет-маркетинг в деятельности предприятия.
43. Бенчмаркинг и его использование в маркетинговой деятельности предприятия.
44. Базовые маркетинговые стратегии роста предприятия.
45. Конкурентные маркетинговые стратегии предприятия.
46. Концепция маркетинга взаимоотношений на предприятии.
47. Организация международного маркетинга на предприятии.
48. . Маркетинговые исследования внешних рынков.
49. Товарная политика предприятия на внешних рынках.
50. Обеспечение качества и конкурентоспособности экспортных товаров на предприятии.
51. Ценовая политика предприятия на внешнем рынке.
52. Сбытовая политика предприятия на внешних рынках.
53. Международная логистика в деятельности предприятия на внешнем рынке.
54. Коммуникационная политика предприятия на внешних рынках.
55. Выставки и ярмарки в международном маркетинге предприятия.

Следует обратить внимание, что один из составляющих элементов комплекса маркетинга указанных во второй главе может студентом не рассматриваться, если выдается руководителем в рамках индивидуального задания.



## Титульный лист отчета

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси  
«Международный университет «МИТСО»

Кафедра логистики и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель организации

\_\_\_\_\_ (должность)

/

\_\_\_\_\_ (подпись) / (Ф.И.О.)

М.П.

## ОТЧЁТ

о прохождении ознакомительной (учебной) практики

в \_\_\_\_\_

(наименование организации)

Студентом \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ группы, \_\_\_\_\_ формы  
получения образования, экономического факультета

\_\_\_\_\_ (Фамилия, имя, отчество студента)

Составил

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (Инициалы, фамилия)

Руководитель практики от  
организации

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (Инициалы, фамилия)

Руководитель практики от  
кафедры

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (Инициалы, фамилия)

Минск 20\_\_