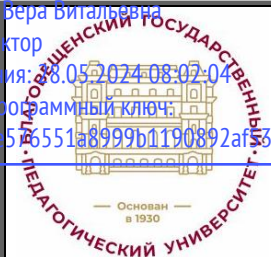


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Щёкина Гера Витальевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.05.2024 08:02:04
Уникальный программный ключ:
a2232a55157e516551a8999b1190892af3989420420336ffbf573a434e5779

	МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Благовещенский государственный педагогический университет»
	ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА Рабочая программа учебной практики

«УТВЕРЖДАЮ»

**Декан
индустриально-педагогического факультета
ФГБОУ ВО «БГПУ»**



**Н.В. Слесаренко
«24» марта 2023 г.**

**Программа учебной практики
УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА (ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)**

Направление подготовки

38.03.02 – МЕНЕДЖМЕНТ

**Профиль
«МАРКЕТИНГ»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

**Принята на заседании кафедры
экономики и управления
(протокол № 7 от «17» марта 2023 г.)**

Благовещенск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1	Цель учебной ознакомительной практики	3
2	Задачи учебной практики	3
3	Место учебной практики в структуре ООП бакалавриата	3
4	Формы проведения учебной практики	4
5	Место и время проведения учебной практики	4
6	Компетенции студента, формируемые в результате прохождения учебной практики	4
7	Структура и содержание учебной практики	5
8	Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике	17
9	Учебно-методическое обеспечение учебной практики	18
10	Формы промежуточной аттестации (по итогам учебной практики)	18
11	Материально-техническое обеспечение учебной практики	20
12	Лист изменений и дополнений	20

1. ЦЕЛИ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Программа учебной ознакомительной практики разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования направления подготовки 080200.62 «Менеджмент», квалификация (степень) бакалавр по профилю «маркетинг».

Теоретическую базу учебно-ознакомительной практики составляют следующие учебные курсы: «Микроэкономика», «Основы менеджмента», «Теория организаций».

Целью учебно-ознакомительной практики является закрепление полученных теоретических знаний об экономической деятельности организаций, знакомство студентов с организациями различных форм собственности, анализ их хозяйственной деятельности

и положения на рынке, развитие навыков работы с материалами статистики и периодической печати.

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задачи практики:

- ознакомиться с материалами статистики и периодической печати по выбранной теме;
- проанализировать состояние отрасли, группы организаций на основе имеющегося материала;
- рассмотреть особенности функционирования рыночных структур и отдельных рынков, виды конкуренции;
- ознакомиться с особенностями потребительского поведения и потребительского спроса на рынке;
- ознакомиться с материалами статистики и периодической печати по выбранной теме;
- проанализировать состояние отрасли, группы организаций на основе имеющегося материала;
- собрать информацию, необходимую для написания отчета по учебно-ознакомительной практике;
- оформить результаты практики в форме письменного отчета;
- на основе отчета подготовить выступление на итоговой отчетной конференции по учебно-ознакомительной практике.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП БАКАЛАВРИАТА

Учебная ознакомительная практика входит в состав базовой части профессионального цикла дисциплин учебного плана подготовки направления - «Менеджмент», квалификация (степень) бакалавр по профилю «маркетинг».

Теоретическую базу ознакомительной практики составляют знания и умения студентов, полученные при изучении дисциплин экономика, социально-экономическая статистика, микроэкономика, менеджмент, теория организации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 ч.). Учебная ознакомительная практика в обязательном порядке осваивается студентами дневной и заочной форм обучения после 4-го семестра.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр - 4
Общая трудоемкость	108	
Аудиторные занятия	54	
Самостоятельная работа	54	
Вид итогового контроля:		Зачет

4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Учебная ознакомительная практика студентов второго курса организуется и проводится кафедрой экономики, управления после проведения летней экзаменационной сессии. Она имеет форму нераспределенной практики.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Основной базой учебной ознакомительной практики являются предприятия и организации города Благовещенска. Согласно графику учебного процесса данный вид практики осуществляется в четвертом семестре (с зачетом результата в пятом). Срок предоставления отчетной документации – до 15 сентября.

6. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Прохождение учебно-ознакомительной практики направлен на освоение основного вида профессиональной деятельности - информационно-аналитической, а также формирование и развитие следующих *компетенций*:

общекультурных:

- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);
- способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-15);
- пониманием роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний (ОК-16);

профессиональных:

- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умеет применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- общие и специфические методы статистического анализа;
- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных;
- методологию и методику получения и переработки информации по экономике.
- методику экономических исследований;

Уметь:

- анализировать состояние и тенденции развития рынка труда;
- объяснять сущность и методику получения экономической информации;

Владеть:

- математическими, статистическими и количественными методами анализа;
- практическими навыками анализа особенностей экономического развития предприятий.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

В начале учебно-ознакомительной практики руководитель практики, назначенный заведующим кафедрой, проводит инструктаж, на котором разъясняет цели и задачи, содержание, формы организации, порядок прохождения и формы отчетности и требования к оформлению документации по практике.

Для прохождения учебно-ознакомительной практики студенческая группа делится на подгруппы не более 10-13 человек. В каждой группе на время практики руководителем практики назначается староста, в обязанности которого входит учет посещаемости мероприятий и консультаций, оповещение о графике работ и выполнение поручений руководителя практики.

Первая неделя учебно-ознакомительной практики студентов отводится на экскурсии с целью ознакомления с организациями города Благовещенска, работу со статистическими

данными по избранной теме, работу с периодическими изданиями, знакомство с монографиями и учебниками по теме изучения, поиск информации в интернете.

Вторая неделя практики отводится на анализ студентами рынков товаров и услуг и исследование покупательского спроса.

Рассматриваемый вопрос	Ориентировочный период изучения, дней	Трудоемкость		Источник информации
		часов	Зачетных единиц	
Установочная лекция по содержанию учебно-ознакомительной практики	1	5	0,25	Статистическая информация
Работа в библиотеке с материалами периодической печати	2	22	0,5	Учебная и экономическая литература
Работа в информационном отделе статуправления	3	27	0,75	Первичная информация в ходе наблюдения
Анализ рынка. Изучение поведения потребителей	3	27	0,75	Наблюдение, статистическая информация
Написание и оформление отчетов	3	27	0,75	Дневник прохождения практики.
Всего	12	108	3	

Содержание учебно-ознакомительной практики

Содержание разделов (этапов) практики	Виды учебно-ознакомительных работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в ЗЕ и часах)		Формы текущего контроля
Курс, кол-во ЗЕ, часов	1 курс (3 ЗЕ, 108 часов)		
Формы работы	АРС – 72 ч.	СРС – 36 ч.	
Подготовительный этап:			
-Установочная лекция по содержанию учебно-ознакомительной практике и составление	4	2	- консультирование;

Содержание разделов (этапов) практики	Виды учебно-ознакомительных работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в ЗЕ и часах)		Формы текущего контроля
Курс, кол-во ЗЕ, часов	1 курс (3 ЗЕ, 108 часов)		
Формы работы	АРС – 72 ч.	СРС – 36 ч.	
индивидуального задания. - График прохождения и правила оформления отчёта по учебно-ознакомительной практике.			
Производственный этап:			
1. Изучение потребительского поведения и потребительского спроса			
-Анализ взаимосвязи потребительского спроса и дохода покупателей;	6	3	- консультирование; ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе; - самоанализ и рефлексия;
-Изучение поведения потребителей на рынке.	6	3	ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе; - самоанализ и рефлексия;
2. Изучение рыночных структур и отдельных рынков:			
-Анализ рынка продовольственных товаров.	6	3	- консультирование; -ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе;
-Анализ рынка промышленных товаров.	6	3	- консультирование; -ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе;
-Анализ рынка услуг	6	3	- консультирование; -ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе;
-Анализ отдельного рынка в Благовещенске согласно индивидуального задания	6	3	- консультирование; -ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе;
3. Анализ организаций и отраслей экономики Амурской области:			
-Изучение деятельности организаций по избранной отрасли экономики;	6	3	-ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе;
-Сбор статистических данных из различных источников государственной и отраслевой статистики.	7	3,5	- консультирование; -ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе; - самоанализ и рефлексия;
-Выполнение анализа данных, их оформление в	7	3,5	- консультирование;

Содержание разделов (этапов) практики	Виды учебно-ознакомительных работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в ЗЕ и часах)		Формы текущего контроля
Курс, кол-во ЗЕ, часов	1 курс (3 ЗЕ, 108 часов)		
Формы работы	АРС–72 ч.	СРС – 36 ч.	
виде таблиц, графиков, схем, диаграмм			-ведение дневника и подготовка отчета о проведенной работе; - самоанализ и рефлексия;
Заключительный этап			
-Подготовка отчетной документации по всем видам деятельности, оформление отчета о практике	10	5	- консультирование; - самоанализ и рефлексия;
-защита отчета.	2	1	- самоанализ и рефлексия; - выставление оценки по итогам пройденной производственной практики.
Итого:	72	36	

7.2 Методические рекомендации по выполнению отдельных видов деятельности.

7.2.1 Изучение потребительского поведения и потребительского спроса

При изучении первого производственного этапа программы учебной ознакомительной практики необходимо четко уяснить, что основными элементами рыночного механизма являются цены, спрос и предложение, конкуренция. Важнейшим фактором, влияющим на спрос, являются потребности. Спектр потребностей и степень их интенсивности постоянно меняются.

Спрос – это представленная на рынке потребность в товарах и услугах, которые потребители могут приобрести при сложившихся ценах и доходах. Рост доходов приводит к увеличению спроса на товары и услуги, а сокращение – к его снижению. Товары, для которых характерна данная зависимость, называют *нормальными*. Товары, для которых наблюдается обратная зависимость между изменением дохода и величиной спроса, называются *товарами низшей категории*. Так как потребительский спрос вызывает адекватную реакцию предложения производителей товаров и услуг, то менеджеру организации необходимо постоянно держать под вниманием и анализировать потребительский спрос. Поэтому при прохождении практики необходимо изучить местные рынки, их конъюнктуру, потребительский спрос, анализировать его динамику, влияние на него доходов покупателей, цен, численности населения. При этом большую роль играет рациональность потребителя, то есть способность человека сопоставить все достигнутые комбинации благ и услуг и выбрать из них наиболее предпочтительные.

Люди, как потребители, отличаются друг от друга субъективными вкусами и предпочтениями. Следовательно, предпочтения людей влияют на спрос, а значит, и на производителей товаров. Способность потребителя воздействовать на производство товара

называется *суверенитетом потребителя*. Необходимые условия суверенитета – свобода потребительского выбора.

Анализ взаимосвязи потребительского спроса и дохода покупателей

Таблица 1 – *Наименование таблицы*

Показатели	Годы				Темп роста, %
	2010	2011	2012	2013	
1. Численность постоянного населения, тыс. чел.					
2. Среднедушевые доходы в мес., тыс. руб.					
3. Среднемесячная номинальная зарплата работников предприятия, тыс. руб.					
4. Оборот розничной торговли, млн. руб.					
5. Динамика индексов потребительских цен на продукты питания, в т.ч.: - Мясопродукты - Рыбопродукты - Масло и жиры - Молочные продукты - Кондитерские изделия - Мука пшеничная - Макароны изделия	100%				

Источник: Амурский статистический ежегодник: Сборник / Амурский облкомстат.

По данным таблицы построить график и сделать выводы.

7.2.2 Изучение поведения потребителей на рынке

Потребительское поведение – процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих свой выбор с учетом цен и личного дохода.

Ограниченность личного бюджета и стремление к его более рациональному распределению вынуждают покупателя делать выбор: одни товары покупать, а от других отказываться. Потребитель располагает свои запросы в соответствии с собственными предпочтениями и стремится приобрести на ограниченный доход такой набор товаров, который позволил бы ему в максимальной степени удовлетворить его потребности. Это достижимо лишь при соблюдении правила максимизации полезности, при котором

предельные полезности приобретаемых товаров в расчете на одну денежную единицу оказываются одинаковыми.

Полезность товара – это его потребительский эффект, соотносимый и сопоставляемый покупателем с уплаченными за него деньгами.

Таблица 2 – *Наименование таблицы*

Показатели	Виды продукции					
	Фиалка	Фея	Чио-Сан	Счастье	Загадка	Маска
1.Шок. конфеты						
-цена, руб/кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						
2.Карамель	Дубок	Му-му	Маскарад	Дюшес	Мечта	Яблоко
-цена, руб./кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						
4.Печенье	Амурские узоры	Ручеек	Спорт	Благо-вещенское	Земляничное	Колобок
-цена, руб/кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						
5.Вафли	Наслаждение	Маскарад	Лимонные	Весенние	Южные	Орешек
-цена, руб/кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						
7.Колбасные изд.	Омлетная	Паприкаш	Докторская	Депутатская	Краковская	Студенческая
-цена, руб/кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						
8.Рыба	Окунь	Навага	Минтай	Горбуша	Кета	Копч. балык
-цена, руб/кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						
9.Сыр	Российский	Витязь	Радонежский	Голландский	Пошехонский	Колбасный
-цена, руб/кг.						
-общ. полезность $U_{ед}$						
-полезность на ден. ед.						
-выбор покупателя						

Задание: Используя данные таблицы рассчитать максимально выгодный набор продуктов для дохода студента, пенсионера, госслужащего; платежеспособность потребителя. Для проведения анализа необходимо провести опрос среди представленных

потребителей и указать выбор тех продуктов, которые они предпочитают. Также составить набор продуктов при котором будет достигнута максимальная полезность. Сделать выводы.

7.2. Изучение рыночных структур и отдельных рынков

Менеджер организации, работая в рыночных условиях, должен хорошо знать и понимать суть рынка, рыночные законы и их действие, конкуренцию, миссию, цели и задачи организации в условиях рынка. Поэтому в учебно-ознакомительную практику входит процесс изучения, исследования рынков, конкуренции, роли предприятий как субъектов рынка, их сильных и слабых сторон, в том числе в политике ценообразования.

Рынок – вся совокупность экономических отношений между людьми по поводу купли-продажи. Но необходимо помнить, что единое понятие «рынок» часто подразумевает совокупность многих типов и видов рынков, отличающихся друг от друга разнообразными признаками. Рынки обычно подразделяют на группы по определенным признакам: организационному, функциональному, пространственному.

По организационному признаку, то есть по степени ограничения конкуренции, выделяют четыре основные модели:

- рынок совершенной конкуренции;
- рынок монополистической конкуренции;
- олигополистический рынок;
- чисто монополистический рынок.

По пространственному признаку рынки делятся на местные, региональные, национальные и международные.

По функциональному признаку или по экономическому назначению объектов рыночных отношений рынки подразделяется на четыре основные группы:

- рынок товаров и услуг;
- рынок факторов производства;
- финансовый рынок;
- информационный рынок.

Помимо этой основной классификации рынок может подразделяться по характеру продаж: оптовый, розничный, фьючерсный; по степени регулируемости: регулируемый и нерегулируемый; по уровню насыщения – равновесный, избыточный, дефицитный.

В процессе прохождения практики необходимо собрать информацию о развитии и функционировании местных рынков, о предприятиях и предпринимателях, ассортименте предлагаемых ими товаров и услуг, о ценах, о степени конкуренции, о сервисе обслуживания и сделать соответствующие выводы.

В местных условиях многие предприятия и частные предприниматели занимаются производством хлебобулочных изделий. Это связано прежде всего с тем, что спрос на данный вид продукции постоянно высок, так как хлеб является продуктом первой необходимости для населения. В связи с этим появляются новые производители, и конкуренция между ними возрастает.

Рынок розничной торговли продуктов питания представлен огромным числом организаций и частных предпринимателей. Очень многие продуктовые магазины располагаются внутри жилых комплексов, представляя пошаговую пространственную услугу потребителям. Развивается сеть супермаркетов, представляющих широкий ассортимент продукции и высокий уровень сервиса. Все это дает интересную информацию для анализа и характеристики данного рынка.

На рынке услуг парикмахерские занимают одно из ведущих мест, предлагая различные стрижки, прически, услуги косметолога, визажиста, мастера по маникюру. На сегодняшний день для большинства потребителей важным становится уровень

обслуживания: дизайн и обстановка салона, использует ли парикмахер новейшие технологии и средства, культура обслуживания. Все это влияет на спрос клиентов.

Благовещенск – единственный город в Амурской области с положительным приростом населения. Поэтому есть потребность и спрос на жилье, что стимулирует его предложение.

Сейчас в городе насчитывается более 150 организаций различных форм собственности, имеющих лицензию на право ведения строительной деятельности, на которых работают более 7 тыс. человек. За последние 3 года численность работающих в этой сфере увеличилась на 14%. Строительная отрасль приносит в городской бюджет около 40% всего дохода. При изучении данного рынка необходимо обратить внимание на дифференциацию цен на жилье и на факторы, их определяющие.

При анализе рынка оргтехники необходимо обратить внимание на сертификат товара. На сегодняшний день требование о сертифицированности продаваемой оргтехники является одним из ключевых, т.к. именно сертификация должна гарантировать потребителю, что предприятие, выпускающее эту продукцию, выполняет жесткие требования в плане технологии и качества, что напрямую повлияло на цену данных товаров.

Анализ рынка хлебобулочных изделий

Таблица 3 – Наименование таблицы

ед. изм.

Ассортимент продукции	Наименование предприятий		
Хлеб: Белый Гражданский Раменский Славянский Столичный Пшеничный 1с Пшеничный 2с Йодированный Пикантный С отрубями			
Батон: Нарезной Молочный Плетенка с маком Студенческий Французский Особый			
Булочки: Сдобная Веснушка Обсыпная Детская Пирожные: Корзинка Картошка Заварное			

Дополнить фактический ассортимент продукции предприятий. Дать оценку конкуренции. Показать выбор покупателя и определяющие его факторы. Сделать выводы.

Анализ рынка розничной торговли продуктов питания

Таблица 4 – *Наименование таблицы*

ед. изм

Ассортимент продукции	Наименование розничных магазинов		
Молочные: Кефир Молоко Бифидок Ряженка Сметана			
Колбасные: Молочная Докторская Останкинск. Сервелат Городская			
Сыр: Витязь Российский Голландск. Колбасный Буковинск.			
Крупы: Гречка Рис Горох Перловая Пшено			
Макароньы: Макфа Экстра М Весовые ДПК Magliatti			
Масло растительное: – – –			
Маргарин: - - -			

-			
Сахар: Песок Рафинад			

При анализе данного рынка обратите внимание на факторы неценовой конкуренции и влияние места расположения магазина на цены в нем. На сегодняшний день очень быстро растет сеть супермаркетов. Укажите, с чем это связано и какие преимущества и недостатки имеют подобные магазины. Выделите лидеров рынка.

Изучение рынка парикмахерских услуг

Таблица 5 – Наименование таблицы

ед. изм

Наименование услуг	Название парикмахерских		
Стрижка Мужская: 1. Модельная 2. Спортивная Женская: 1. Модельная Укладка феном Вечерняя укладка			
Мелирование			
Окрашивание волос			
Химзавивка			
Маникюр Наращивание ногтей			

В Благовещенске рынок парикмахерских услуг развивается наиболее динамично, растет сервис услуг. Все парикмахерские условно можно разделить на три категории: «дорогие», «средние» и «дешевые». Укажите, от каких неценовых факторов зависит цена.

Характеристика рынка жилья

Таблица 6 – Наименование таблицы

Наименование фирмы-продавца	Размер квартиры (площадь, м ²)				Стоимость, м ²	Перв ый взно с
	1 к.	2 к.	3 к.	4 к.		
«Хуафу»						
ООО «Россия»						
ЗАО «АНК»						
«Амурстрой»						
«Омнибус»						
«Бизнес-строй»						

При изучении данного рынка обратить внимание на стоимость (цену) жилья и факторы, ее определяющие. Выделить лидеров данного рынка. Дать характеристику конкуренции. Привести статистику цен на жилье в Российской Федерации.

Изучение рынка фармацевтических товаров

Таблица 7 – Наименование таблицы

Наименование товара	Название фармацевтических компаний		
Лекарства: Сердечно-сосудистые: 1. 2. 3.			
Желудочные: 1. 2. 3.			
От давления: 1. 2. 3.			
От простуды: 1. 2. 3.			

Проанализировать ассортимент и цену. Указать способы стимулирования спроса. Сделать выводы. Выделить наиболее успешные компании.

Анализ рынка мебели

Таблица 8 – *Наименование таблицы*

ед. изм

Ассортимент	Наименование компаний-продавцов мебели				

Сделать выводы по ассортименту и ценам представленной на рынок мебели. Дать характеристику конкуренции. Обратите внимание на то, является ли компания продавец самостоятельным производителем мебели или осуществляет лишь продажу. Выполняет ли компания индивидуальные заказы потребителей? Укажите, как это влияет на цену. Выделите лидеров данного рынка.

Изучение рынка оргтехники

Таблица 9 – *Наименование таблицы*

ед. изм

Ассортимент	Наименование компаний-продавцов оргтехники		
Компьютер полной комплектации			
Струйный принтер Epson			
Лазерный принтер Canon			
Копировальный аппарат Canon			
Сканер			
Мониторы			

Включить в анализ фактический ассортимент продукции компаний-продавцов, дать оценку конкуренции, выделить лидеров. Указать, какие компании осуществляют гарантийное и постгарантийное обслуживание и имеют сервисные центры. Сделать выводы.

Анализ организаций и отраслей экономики Амурской области

Сегодня менеджмент все чаще рассматривается как универсальный вид человеческой деятельности, поскольку направленное на достижение целей руководство использованием ресурсов и стремление к высокой производительности имеют место в любой коммерческой и некоммерческой организации.

Главной задачей менеджмента является обеспечение деятельности организаций для производства товаров и услуг, удовлетворяющих потребности общества. При этом

возрастает роль менеджмента как современной теории управления социально-экономическими системами.

Эффективное функционирование и развитие производственно-хозяйственной деятельности организаций также во многом зависит от менеджмента. Менеджмент осуществляется в экономическом, социально-психологическом, правовом и организационно-техническом направлениях. Содержанием экономического направления является управление производственным процессом через координацию материальных и трудовых ресурсов для достижения поставленных целей при наименьших затратах. Социально-психологическое направление базируется на уровне социально-экономического развития общества. Правовая база менеджмента отражается в законах и других правовых актах государства, экономическими и политическими структурами и отражается в таможенной, налоговой политике, государственном регулировании деятельности организаций.

Любая отрасль экономики функционирует благодаря множеству малых, средних и крупных организаций с различной формой собственности. Именно организации представляют собой достаточно эффективный механизм решения общественных задач. Современные организации являются не только генераторами ресурсов, превращая издержки в ценности, но и, создавая полезные для общества блага, способствуют развитию региона и страны в целом.

Многообразие назначения, целей и задач организаций означает их непохожесть, поэтому для управления ими требуются специальные знания, методы и приемы, учитывающие особенности организации совместной деятельности работников. Управление организациями должно строиться с учетом специфических черт, которые не остаются неизменными во времени, а меняются как под влиянием внешних обстоятельств, так и в результате роста и развития самой организации. В соответствии с этим изменяются и важнейшие показатели, по которым оцениваются значимость и достижения организаций. Если управленческая деятельность решает поставленные задачи, обеспечивает реализацию целей, причем на основе оптимального использования имеющихся ресурсов, то она считается эффективной. То есть успешно действующая на рынке и развивающаяся организация имеет эффективное управление.

Эффективность управления определяется как в относительных величинах – соотношения цели и полученного результата, экономического эффекта и затрат, потребности и её удовлетворения, так и в общем виде, например, в полученной прибыли. Но нельзя слишком упрощенно подходить к оценке эффективности управления, соизмеряя полученную прибыль и затраты по управлению, ибо результат управления может быть не только экономическим, но и социально-экономическим, социальным. Каждая организация, отрасль хозяйства имеют свои внешние и внутренние факторы влияния на эффективность. Внешними факторами могут выступать: общее состояние экономики, существующее российское и отраслевое законодательство, положение на рынке труда, конкуренция,

территориальное положение, миграционные процессы, ухудшающие качество населения, неожиданные изменения конъюнктуры на рынках энергоресурсов и сырья.

7.3 Темы для изучения организаций Амурской области

1. Анализ распределения предприятий и организаций по формам собственности.
2. Анализ распределения предприятий и организаций по видам экономической деятельности.
3. Малое предпринимательство в Амурской области.
4. Динамика состояния труда в промышленности.
5. Состояние промышленности в городах и районах Амурской области.
6. Состояние энергетики Амурской области.
7. Индивидуальное предпринимательство в промышленности Амурской области.
8. Состояние лесной и деревообрабатывающей промышленности Амурской области.
9. Состояние золотодобывающей промышленности.
10. Состояние пищевой промышленности.
11. Состояние агропромышленного комплекса.
12. Состояние железнодорожного транспорта.
13. Состояние транспортных организаций Амурской области (кроме ж/д).
14. Состояние машиностроения.
15. Состояние производства строительных материалов.
16. Инвестиционная деятельность в Амурской области.
17. Анализ деятельности предприятий связи в Амурской области.
18. Анализ деятельности жилищно-коммунальных предприятий Амурской области.
19. Анализ деятельности организаций Амурской области, оказывающих туристические услуги.
20. Деятельность организаций строительного комплекса.
21. Анализ финансовой деятельности предприятий Амурской области.
22. Внешнеэкономическая деятельность предприятий Амурской области.
23. Использование организациями информационных и коммуникационных технологий.
24. Сравнительный анализ состояния предприятий и организаций по городам Амурской области.
25. Финансовые результаты деятельности организаций.
26. Развитие организаций и предприятий г. Благовещенск.
27. Развитие организаций и предприятий г. Белогорск.
28. Развитие организаций и предприятий г. Свободного.

Для более полного представления о деятельности организаций Амурской области учебно-производственная практика предусматривает рассмотрение действующих организаций по отраслям экономической деятельности и формам собственности.

Изучение деятельности организаций по избранной отрасли экономики предусматривает сбор статистических данных из различных источников государственной и отраслевой статистики. Полученные и проанализированные данные могут быть оформлены в виде таблиц, графиков, схем, диаграмм. Приведенные результаты должны быть представлены в виде текста, который должен показывать умение студента делать выводы по эффективности деятельности отрасли, организаций для экономики Амурской области. Помимо статистических данных для более полной характеристики деятельности группы организаций или отрасли экономики области необходимо привлекать материалы монографий, периодической печати. Отчет по данному разделу должен заканчиваться

выводами, включающими оценку эффективности рассматриваемых организаций, существующие проблемы, перспективы развития.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

При прохождении учебной ознакомительной практики студенты используют следующие методы экономических исследований:

- экономико-статистический, применяемый при обобщении экономических (статистических) данных, рассмотрении экономических проблем в динамике;
- монографический, основанный на обобщении передового опыта в рамках изучаемой проблемы;
- наблюдение – способ, когда исследователь ведёт непосредственное визуальное изучение людей, обстановки.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература

1. Амурский статистический ежегодник: статистический сборник. – АМУРСТАД – Благовещенск, 2012 – 558 с.

Дополнительная литература:

1. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учебник для студ. вузов / [В. И. Стражев [и др.] ; под общ.ред.: В. И. Стражева, Л. А. Богдановской. - 7-е изд., испр. - Минск :Вышэйш. шк., 2008. – 526 с.
2. Амурский статистический ежегодник : стат. сб. / Федеральная служба гос. статистики, Территориальный орган федеральной службы гос. статистики по Амурской обл. (АМУРСТАТ). - [Благовещенск] : [б. и.], 2008. - 558 с.

Интернет-ресурсы, посвященные рассмотрению вопросов дисциплины.

1. www.360strategy.ru
2. www.aup.ru
3. www.cfin.ru
4. www.ecsocman.edu.ru
5. www.stplan.ru
6. www.strategplann.ru
7. www.gd.ru (журнал «Генеральный директор»)
8. www.kommersant.ru/sf (журнал «Секрет фирмы»)
9. www.mevriz.ru (журнал «Менеджмент в России и за рубежом»)
10. www.new-managment.info (журнал «Новый менеджмент»)
11. www.rjm.ru (Российский журнал менеджмента)
12. <http://www.aup.ru/> - административно-управленческий портал
13. <http://www.edu.ru> – Федеральный образовательный портал

14. <http://www.consulting.ru/>- Интернет-еженедельник CONSULTING.RU
15. <http://institutions.com/general/1698-strategicheskij-menedzhment.html> - страница экономического портала
16. <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ

10. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ УЧЕБНОЙ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

По результатам учебной ознакомительной практики студенты пишут отчет и представляют его на проверку руководителю практики. Сроки, место и время приема отчетов по практике утверждаются кафедрой экономики и управления, согласно графику учебного процесса.

Отчеты по практике следует предоставить **до 15 сентября**.

Итоговая аттестация по практике проводится в форме защиты отчетов, по результатам которых выставляется оценка «зачет» или «незачет».

Защита отчетов проводится в специально отведенное время и включает:

- краткое сообщение автора (7-10 минут) об объекте исследования, результатах практики, проведенных исследованиях в рамках темы (с возможным использованием презентации);

- вопросы к автору отчета и ответы на них;
- отзыв руководителя.

При оценке работы студента в период ознакомительной практики принимается во внимание: уровень выполнения им общего задания; степень самостоятельности в работе; новизна, оригинальность проведенного исследования; сложность и глубина разработки темы; использование информационных источников по избранной теме; содержание и оформление отчета о практике; содержание и оформление дневника практики; четкость изложения материала на защите и правильность ответов на вопросы.

В дневнике практики ежедневно студент отражает виды работ, посещенные организации, содержание деятельности и время, использованное на все виды деятельности. Дневник практики выполняется в виде следующей таблицы, отражающей календарный план прохождения практики:

Дата	Содержание выполняемых работ

Отчет по учебно-ознакомительной практике содержит следующие разделы:

1. Введение. Обоснование актуальности темы.

2. Анализ потребительского поведения и потребительского спроса:

- анализ рыночных структур и отдельных рынков;
- заполнение таблиц, построение графиков;
- анализ полученных данных;
- выводы о состоянии рыночных предложенных рыночных структур.

3. Отчет по теме, предложенной в рамках изучения организаций и отраслей экономики, должен содержать:

- статистические данные по избранной теме;
- материалы периодической печати по теме;
- анализ собранных материалов;

-таблицы, графики, гистограммы и диаграммы, подтверждающие анализ;

- вывод по изученной теме.

4. Заключение.

5. Список использованной литературы.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, отчисляются из высшего учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом университета.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Материально-технического обеспечения включает в себя: лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет), помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью), библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет), компьютерные классы.

12. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ

Утверждение изменений и дополнений в рабочую программу практики для реализации в 20__/20__ уч. г.

Рабочая программа практики обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ уч. г. на заседании кафедры (протокол № __ от «__» ____ 20__ г.).

Разработчик: Реймер В.В., д.э.н., профессор.