

Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

Протокол № 1 от «26» августа 2016 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.П ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

**Б2.П.1 ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки **50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки**

Профиль подготовки – Технологии управления в сфере культуры

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Краснодар

2016

Программа практики предназначена для обучения при прохождении производственной практики обучающихся очной, заочной форм обучения по направлению подготовки (специальности) **50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки** в 6 семестре на 3 курсе обучения.

Рабочая программа производственной практики разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 – Искусства и гуманитарные науки профиль Технологии управления в сфере культуры, утвержденным приказом Министерства культуры России от 21 апреля 2016 года, приказ № 466 и основной профессиональной образовательной программой.

Рецензенты:

Кандидат исторических наук, доцент
КГИК

Кудинова А.В.

Доктор экономическая наук, профессор
кафедры экономической теории и
управления персоналом ФГБОУ ВО
«Адыгейского государственного
университета»

Тлехурай-Берзегова Л.Т.

Составитель:

Вицелярова К.Н., канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа производственной практики рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнеса и рекламы «26» августа 2016 г., протокол № 1.

Рабочая программа производственной практики одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 30 августа 2016 г., протокол № 1.

© Вицелярова К.Н., 2016

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2016

Содержание

1. Цели и задачи практики.....	4
2. Место практики в структуре ОПОП ВО.....	5
3. Требования к результатам обучения при прохождении практики.....	5
4. Структура и содержание практики.....	6
5. Оценочные средства для текущего контроля обучения и промежуточной аттестации	8
5.1. Текущий контроль обучения и оценочные средства	
5.2. Промежуточная аттестация и оценочные средства.....	
5.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	11
6.1. Основная литература.....	
6.2. Дополнительная литература.....	
6.3. Периодические издания.....	
6.4. Интернет-ресурсы.....	
6.5. Программное обеспечение.....	
7. Материально-техническое обеспечение практики.....	13
8. Дополнения и изменения к программе практики.....	14
Приложение.....	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Цели производственной практики:

- систематизация и практическое закрепление, расширение знаний, полученных при изучении специальных дисциплин;
- развитие профессиональных навыков в условиях профессиональной деятельности;
- овладение навыками самостоятельной научно-исследовательской и организационно-проектной работы;
- освоение существующих методов и способов сбора информации, ее обработки, анализа и интерпретации с учетом характерных особенностей и специфики обследуемых объектов;
- изучение особенностей и проблем управленческой деятельности конкретной организации.

Задачи производственной практики:

- изучить все стороны практической деятельности организации;
- научиться систематизировать и анализировать материалы, собранные в процессе прохождения практики;
- принять конкретное участие в работе организации;
- изучить особенности взаимодействия основных и вспомогательных подразделений предприятия;
- собрать и систематизировать фактический материал для написания отчетного материала;
- ознакомиться с существующей системой управления и основными показателями, характеризующими финансово-хозяйственную деятельность объекта обследования;
- изучить существующую организационную структуру объекта обследования;
- проанализировать финансовую деятельность объекта обследования;
- проанализировать производственную деятельность объекта обследования;

- проанализировать социальные (социально-психологические) особенности деятельности объекта обследования;
- разработать предложения и рекомендации по совершенствованию системы управления и хозяйственного механизма на обследуемом объекте.

2. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Производственная практика входит в раздел Б2 Практики основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки (специальности) 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Студент должен изучить в полном объеме следующие теоретические дисциплины «Экономическая теория», «Теория организации», «Основы экономики и управления профессиональной деятельности», «Основы менеджмента» и др.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

производственная практика направлена на формирование следующих *компетенций*:

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате прохождения практики обучающиеся должны:

Знать:

- способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;

- способен осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.;

- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе;

- способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность;

Уметь:

- уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;

- уметь критически оценивать личные достоинства и недостатки;

- уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

Владеть:

- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования

- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;

- владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций ;

Приобрести опыт деятельности:

- стремится к личностному и профессиональному саморазвитию;

- осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;

- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности ;

- способен проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования;

- готов к разработке процедур и методов контроля;

- способен использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач ;

- способен эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды ;

- способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;

- способен оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единиц (108 часа).

Производственная практика для обучающихся очной, заочной формы обучения осуществляется базами практики являются промышленные

предприятия, научно-исследовательские и проектные институты, торгово-промышленные и финансовые компании, банки, компании, работающие в области предоставления различного рода услуг, международные компании и организации, имеющие в своем составе службы или подразделения, выполняющие функции маркетинга, менеджмента.

Производственная практика в соответствии с рабочим учебным планом проводится 6 семестре (3 курс).

Способ организации проведения практики: рассредоточенно – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

**Таблица «Структура и содержание практики»
ОФО, ЗФО**

семестр	недел	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Формы текущего контроля и промежуточной аттестации	Формируемые компетенции	Объем часов / з.е.
Раздел (этап) практики					
6		Подготовительный этап: Ознакомительная лекция Инструктаж по технике безопасности Оформление договоров Оформление индивидуального задания Составление календарного плана	Заполнение журнала Договор Индивидуальный план Календарный план	ОПК-4, ОК-3, ПК-8,9	30
Раздел (этап) практики					

	<p>Научно-практический этап:</p> <p>1. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала по организации :</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура и система управления предприятием; - миссия, система стратегических целей; - внешняя среда предприятия, ее инфраструктура; - система управления маркетингом на предприятии; - товарная политика на предприятии; - ценовая политика предприятия; - сбытовая политика предприятия; - маркетинговые коммуникации предприятия; <p>2. Выполнять возложенные на него функциональные обязанности, включающие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - практическую работу с документами; <p>3. Собрать материалы для отчета бакалавра в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики.</p>	Отчетная документация по организации; проект методики для проведения маркетингового исследования; предварительные рекомендации	ОПК-4, ОК-3, ПК-8,9	60
Раздел (этап) практики				
6	<p>Экспериментальный этап:</p> <p>Обработка и анализ полученного материала</p> <p>Подготовка и оформление отчета</p>	Рабочий вариант аналитической части	ОПК-4, ОК-3, ПК-8,9	10
	Предоставление отчета на кафедру и защита работы с использованием презентации (зачет/незачет)		ОПК-4, ОК-3, ПК-8,9	8
ВСЕГО:				108

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ОБУЧЕНИЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Текущий контроль обучения и оценочные средства

Текущий контроль прохождения практики производится в следующих формах: *устный опрос, проверка самостоятельной работы.*

Оценочные средства для текущего контроля обучения

5.1.1. Примерные задания для самостоятельной работы (по этапам практики)

Выявить характеристики организации по параметрам:

- структура и система управления предприятием;

- миссия, система стратегических целей;
- внешняя среда предприятия, ее инфраструктура;
- система управления маркетингом на предприятии;
- товарная политика на предприятии;
- ценовая политика предприятия;
- сбытовая политика предприятия;
- маркетинговые коммуникации предприятия;

5.1.2. Вопросы для собеседования (по этапам практики)

5.1.3. (другие формы текущего контроля)

5.2. Промежуточная аттестация и оценочные средства

Промежуточная аттестация по результатам семестра по прохождению практики осуществляется в форме *дифференцированного зачета*) на основании отчета обучающегося о производственной практике и отзыва руководителя практики.

Отчет о производственной практике является отчетным документом о ее прохождении. Отчет о практике составляется на основании рабочей программы практики, индивидуального плана практики, дневника практики обучающегося.

5.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .

Основное внимание практикант должен уделить:

- А) изучению информации о деятельности внутренней и внешней среде предприятия и его подразделений;
- Б) наблюдению и освоению профессиональных приемов, методов, технологий работы, используемых специалистами и руководителями разных уровней системы маркетинг;
- В) сопоставлению результатов анализа и наблюдений с полученными ранее теоретическими знаниями, выдаче заключений;
- Г) выдвижению предложений по совершенствованию работы подразделения (предприятия в целом).

Работа оформляется в соответствии с правилами оформления печатных работ:

- формат бумаги – А4;
- кегль – 14;

- шрифт - Times New Roman;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева- 35мм., справа-10мм., сверху-20мм., снизу-20мм;
- объём работы –15-20 листов (без приложений).

Все страницы работ, кроме титульного листа, имеют сквозную нумерацию.

В работе допускаются только лишь общепринятые сокращения (когда сокращение выполняется первый раз, обязательно даётся полная расшифровка).

Критерии сдачи зачета

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он выполнил программу практики и подготовил отчет с краткой характеристикой структурой и системой управления предприятием; миссией, системой стратегических целей; рассмотрел внешнюю среду предприятия, ее инфраструктура; систему управления маркетингом на предприятии; товарную политику на предприятии; ценовую политику предприятия; сбытовую политика предприятия; выявил маркетинговые коммуникации предприятия. В процессе защиты отчета последовательно, четко и логически стройно изложил основные положения исследования, грамотно ответил на все вопросы членов комиссии;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он выполнил программу практики и подготовил отчет о практике с краткой характеристикой структурой и системой управления предприятием; миссией, системой стратегических целей; рассмотрел внешнюю среду предприятия, ее инфраструктура; систему управления маркетингом на предприятии; товарную политику на предприятии; ценовую политику предприятия; сбытовую политика предприятия; выявил маркетинговые коммуникации предприятия. Однако при этом допустил отдельные погрешности, недостаточно верно интерпретировал полученный результат. В процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные положения исследования, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы членов комиссии;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил программу практики и подготовил отчет с с краткой характеристикой структурой и системой управления предприятием; миссией, системой стратегических целей; рассмотрел внешнюю среду предприятия, ее инфраструктура; систему управления маркетингом на предприятии; товарную политику на предприятии; ценовую политику предприятия; сбытовую политика предприятия; выявил маркетинговые коммуникации предприятия, сделал неполные выводы по полученным результатам, не смог их обнаружить самостоятельно и испытывал затруднения в ответах на вопросы членов комиссии;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не

выполнил программу практики, не оформил отчет о ее прохождении в соответствии с предъявляемыми требованиями, т.е. студент не завершил исследование или в процессе его выполнения допустил существенные ошибки, получил неверные результаты, которые не смог объяснить членам комиссии.

6.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

6.1. Основная литература

1. Менеджмент: общий курс; учеб. пособие умо/ под ред. Н.Я. Калюжной, А.Я. Якобсона.- 3-е изд., стер.- М.: Омега-Л, 2009.- 476 с.- (Высшее экономическое образование)
2. Маслова Т.Д. Маркетинг: учебник умо/ Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик.- 3-е изд., доп. и перераб.- СПб.: Питер, 2008.- 384 с.: ил.- (Учебник для вузов)
3. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник мо / Панкрухин А.П.- 5-е изд., стер. - М: ОМЕГА-Л, 2007. - 656 с., Ил., табл. (Высшее экономическое образование. Гильдия маркетологов).

6.2. Дополнительная литература

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
2. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр. / Дайн А., Буркель Ф., Ланкар Р. и др. / Науч. ред. А.Г. Худокормов. - М.: Экономика, 1993..
3. Алексеев С.В. Правовое регулирование маркетинговой деятельности: Учебное пособие УМО/Алексеев С.В.- М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2004. - 463 с. (Фонд содействия правоохранительным органам "Закон и право")
4. Алешина И.В. Маркетинг для менеджеров: Учебное пособие. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003.- 456 с (Университеты бизнеса)
5. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия - М: "Инфра-М", 1999г.
6. Афанасьева Н.В., Багиев Г.Л., Лейдиг Г. Конкуренция и инструментарий эффективного предпринимательства. Под общей редакцией академика Багиева Г.Л.- СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996.
- Алексунин В.А. Маркетинг: Учебник мо / Алексунин В.А. - М : Дашков и К, 2006.- 204 с
2. Багиев Г.Л. и др., Маркетинг: Учебник мо / Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., под ред. Г.Л. Багиева. - СПб: Питер, 2007.- 736 с., Ил. (Учебник для вузов)
3. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник мо. - М.: Велби Проспект, 2007.- 504 с.
4. Годин А.М. Маркетинг: Учебник мо. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2006. - 756 с.

7. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. - М.: ИНФРАМ, 2003. - 219с. (Высшее образование)
8. Березин И. Маркетинговый анализ. Принципы и практика. Российский опыт. - М.: Изд-во Эксмо, 2002. - 400 с.
9. Березин И. Практика исследования рынков - М.: Бератор-Пресс, 2003. - 376 с.
10. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг – СПб.: Питер, 2005
11. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учеб. пособие для вузов .- 3-е изд., испр. и доп.- М.: Дашков и К, 2004.- 156с.
12. ФЗ РФ N 381 от 28.12.2009г. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации
13. ФЗ РФ №153 от 26.07.2006г. О защите конкуренции
14. ФЗ РФ №38 от 13.03.2006г. О рекламе

6.3. Периодические издания

Русский журнал менеджмента

6.4. Интернет-ресурсы

1. <http://adindex.ru/>
2. <http://web.tgasu.local/biblio/links.html#4>
3. <http://www.aup.ru/library/vn/005/>
4. <http://www.ime-link.ru/>
5. <http://www.marketing.spb.ru/>
6. http://www.polygraphcity.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=34. Гарант
7. Kodeks 5.2

6.5. Программное обеспечение

Консультант +, Word, Excel, PowerPoint

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ: Для проведения ознакомительной лекции используются аудитории оборудованные мультимедийными приставками и компьютерной техникой.

Организации с которыми заключены коллективные или индивидуальные договора на проведение практики соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, а также техники безопасности при проведении учебных и производственных работ.

**8. Дополнения и изменения
к программе _____ практики**

на 20__-20__ уч. год

В программу _____ практики вносятся следующие изменения:

- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;

Дополнения и изменения к программе _____ практики рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)

Протокол № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____/_____
 (должность) (подпись) (Ф.И.О.)
 (дата)

_____/_____/_____/_____
 (должность) (подпись) (Ф.И.О.)
 (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
 (наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.)
 (дата)