

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный  
аграрный университет имени И. Т. Трубилина»

Факультет управления

Кафедра менеджмента

**УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА  
ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

**Методические указания**  
по прохождению практики  
для обучающихся по направлению подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Краснодар  
КубГАУ  
2018

Составители : О. В. Ломакина, Д. М. Горлов

**Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков:** метод. указания по прохождению практики / сост. О. В. Ломакина, Д. М. Горлов. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – 44 с.

В методических указаниях описаны основные процедуры алгоритма прохождения обучающимися учебной практики, последовательность его действий в ходе подготовки к практике и ее проведения, требования к оформлению и защите материалов практики.

Предназначены для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Рассмотрено и одобрено методической комиссией факультета управления Кубанского госагроуниверситета, протокол № 4 от 19.04.2018.

Председатель  
методической комиссии

М. А. Нестеренко

© Ломакина О. В., Горлов Д. М.  
составление, 2018

© ФГБОУ ВО «Кубанский  
государственный аграрный  
университет имени  
И. Т. Трубилина, 2018

## 1 Цель и задачи практики

Практика обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент является обязательным элементом учебного процесса. Она включена в Блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа» образовательной программы (ОП) магистратуры в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО). Учебная практика – один из видов практик по данному направлению подготовки. Она предназначена для получения первичных профессиональных умений и навыков аналитической деятельности.

Тип учебной практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Целью учебной практики является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций аналитической деятельности, а также опыта самостоятельной деятельности по анализу существующих форм организации и процессов управления, разработке и обоснованию предложений по их совершенствованию; проведению оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности.

Прохождение учебной практики помогает сформировать профессиональное мировоззрение в области менеджмента в соответствии с целями магистерской подготовки по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Задачами практики являются:

- формирование комплексного представления о специфике аналитической деятельности по направлению 38.04.02 Менеджмент;

- изучение нормативно-правовой и учебной литературы, электронных информационных ресурсов по планированию и организации работы предприятия, разработке его организационной структуры;

- формирование способности использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;

- овладение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- подготовка отчета по результатам прохождения практики.

## 2 Способ и форма проведения практики

Способ проведения учебной практики – стационарный.

Этот вид практики обучающиеся проходят во втором семестре в течение двух недель. Местом прохождения практики выступает кафедра менеджмента.

В период практики обучающиеся подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным на кафедре применительно к учебному процессу. Навыки аналитической деятельности они осваивают в методкабинете факультета управления, в аудиториях для самостоятельной работы, в библиотеке и читальных залах КубГАУ. Организация практики ориентирована на реализацию принципов продуктивного обучения, активное самообразование в процессе практической деятельности, достижение необходимых результатов индивидуальной учебной траектории.

Учебная практика проводится дискретно – путем выделения в календарном графике непрерывного периода времени в течение двух недель для проведения данного вида практики, предусмотренного образовательной программой высшего образования.

### 3 Содержание практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единицы (324 час.). Форма контроля – зачет с оценкой.

Практика включает следующие этапы:

**1 Подготовительный этап.** Обучающиеся выполняют следующие виды работ:

– проходят инструктаж по технике безопасности и охране труда под запись в журнале охраны труда факультета управления;

– посещают организационное собрание. На собрании руководитель практики от вуза объясняет последовательность действий в связи с предстоящей практикой, порядок ее прохождения;

– заполняют и подписывают у руководителя практики от КубГАУ индивидуальное задание (приложение 1) и рабочий график (план) прохождения практики (приложение 2).

**2 Исследовательский этап.** Обучающиеся в течение двух недель работают в аудиториях для самостоятельной работы, методическом кабинете факультета управления, компьютерных классах, читальном зале библиотеки вуза. Они последовательно выполняют все виды работ блока 1,2,3, предусмотренные программой практики.

**Блок 1** Выполнение заданий предполагает овладение профессиональными умениями и навыками проведения аналитической работы с использованием качественных и количественных методов анализа. Предлагается решить следующие кейс-задания.

1. Предприятие производит четыре вида продукции. Производственные показатели представлены в таблице 1. Предприятие ставит перед собой задачу получить в предстоящем месяце 75 тыс. руб. прибыли.

Таблица 1 – Показатели деятельности предприятия

Показатель	Номер продукции				Всего по предприятию
	№1	№2	№3	№4	
1. Структура предполагаемой реализации продукции,	40	10	20	30	100

%					
2. Цена единицы, руб.	40	27	44	57	-
3. Переменные затраты на единицу, руб.	36	23	43	56	-
4. Постоянные затраты на весь объем реализации, тыс. руб.	?	?	?	?	180
5. Прибыль от реализации, тыс. руб.	-	-	-	-	75

Определить сколько продукции каждого вида по обозначенной цене на рынке и производственным условиям необходимо продать, чтобы получить эту прибыль.

Рассчитать полную себестоимость каждого изделия, проанализировать рентабельность отдельных видов продукции.

Задание 2. Фирма «Радуга» специализируется на производстве канцелярских товаров. В 2017 г. при объеме реализации 62 млн. руб. (включая косвенные налоги – 20%) фирма понесла убытки. Конъюнктурные исследования показали, что аналогичные предприятия, работающие в тех же условиях, имеют прибыль примерно на уровне 6% чистой выручки от реализации. Руководство поставило цель достижения уровня прибыли в размере 6% от фактической чистой выручки от реализации (исходные данные представлены в таблице 2).

Таблица 2 – Основные показатели деятельности фирмы «Радуга», млн. руб. (условие задачи)

Показатель	Линейки	Карандаши	Ручки	Итого
Объем реализации	-	-	-	62
Косвенные налоги	-	-	-	?
Чистая выручка от реализации, %	30	20	50	100
Чистая выручка от реализации	?	?	?	?
Переменные издержки всего	?	?	?	?
в т. ч.	5,50	3,00	8,63	?
- материалы,	3,36	1,50	5,58	?
- оплата труда,	1,56	0,85	2,36	?

- начисления на ОТ, - прочие	0,47	0,15	1,35	?
Постоянные издержки всего	?	?	?	?
в т. ч. <i>прямые</i> постоянные из- держки:				
- зарплата мастера с начислениями,	0,840	0,670	1,76	?
	?	?	?	?
<i>косвенные</i> постоянные за- траты:	-	-	-	4,42
	-	-	-	1,70
- зарплата АУП,	-	-	-	1,58
- начисления на ОТ	-	-	-	0,64
АУП	-	-	-	3,45
- аренда, - амортизация, - прочие				
Цена единицы товара, руб.	12,6	24,0	35,5	-

Как должна измениться чистая выручка от реализации в целом по предприятию, чтобы обеспечить такую прибыль. Кроме того, необходимо провести анализ эффективности производства товаров в ассортиментной группе по факту и с учетом изменения выручки. В расчетах использовать элементы операционного анализа (углубленного операционного анализа). Результаты расчетов представить в таблице 3.

Таблица 2 – Результаты расчета (решение задачи)

Показатель	Линей- ки	Каран- даши	Руч- ки	В целом по пред- приятию
Чистая выручка от реали- зации, %				100
Чистая выручка от реали- зации, млн. руб.				
Переменные затраты, млн. руб.				

Валовая маржа, млн. руб.				
Валовая маржа в % к выручке от реализации, %				
Промежуточная маржа, млн. руб.				
Промежуточная маржа, %				
Постоянные затраты, тыс. руб.				
Прибыль, тыс. руб.				
Количество, млн. шт.				
Порог рентабельности, тыс. руб.				
10. Пороговое количество товара, млн. шт.				
<b>Изменение выручки и получение прибыли</b>				
Новая выручка от реализации, млн. руб.				
Новая валовая маржа, млн. руб.				
Постоянные затраты, млн. руб.				
Прибыль, млн. руб.				
СВОР, раз				

***Методические указания к решению задачи.***

Цель – достижение фирмой прибыли в размере 6% фактической чистой выручки от реализации, т.е. ? млн. руб.

Для достижения этой цели новая валовая маржа должна достигнуть такого уровня, чтобы покрыть постоянные издержки и обеспечить получение прибыли в сумме ? млн. руб.,

т. е. новая валовая маржа = пост. издержки + заданный уровень прибыли

Увеличение объема реализации приведет к пропорциональному увеличению переменных издержек, поэтому процент валовой маржи не изменится. Объем выручки от реализации, соответствующий новому уровню валовой маржи можно определить по формуле:

$$ДВ = \frac{\text{Новая Валовая Маржа}}{\text{Исходный \% Валовой Маржи}} \times 100$$



**Блок 2** Выполнение заданий предполагает овладение профессиональными умениями и навыками проведения аналитической работы с использованием количественных методов оценки риска. Предлагается решить следующее кейс-задание.

Оценить уровень риска, связанного с данными ценными бумагами. Доходность ценных бумаг в течение анализируемого периода представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Доходность ценных бумаг

Ценные бумаги	Доходность, %				
	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Обыкновенные акции ОАО «ЮГ»	12	16	12	15	20
Обыкновенные акции ОАО «СЕВЕР»	9	9	15	5	9

Методические рекомендации к выполнению задания.

Риск в принятии решения означает невозможность заранее точно определить его результаты, но возможность определить объективное распределение вероятности возможных состояний внешней среды и связанных с ними результатов решения.

При **методе апостериори** для измерения вероятности ведут наблюдение **частоты** возникновения интересующего события и **распределения этой частоты** в общем количестве наблюдений.

Затем распределение частоты может быть **преобразовано в распределение вероятности**.

Распределение частоты – это табулирование того, сколько раз возникли определенные события в прошлом (или в экспериментах, или в выборках).

Распределение вероятности – это табулирование возможности возникновения этих событий в будущем в процентах.

В условиях риска главным критерием решения является предполагаемая стоимость (среднеожидаемая стоимость, т.е. прибыль), которая определяется как:

$$E = \sum_{i=1}^n P_i \times X_i$$

Где  $X_i$  – стоимость  $i$ -ой отдачи,

$P_i$  – вероятность  $i$ -ой отдачи, суммарная вероятность составляет 1.

Таким образом, предполагаемая стоимость представляет собой средневзвешенную стоимость, в которой в качестве весовых коэффициентов выступает вероятность того или иного варианта.

При сравнении нескольких стратегий, выбирается та, у которой самая высокая предполагаемая стоимость.

Если в результате расчетов получены две стратегии, имеющие одинаковую предполагаемую стоимость, то данный критерий перестает работать. Нужен новый критерий оценки.

Таким критерием является **степень риска**.

Если предполагаемая стоимость является измерением основной тенденции, то степень риска – это степень отклонения возможных отдал (стоимостей) от предполагаемой.

Таким образом, степень риска является вторичным или вспомогательным измерением предполагаемой стоимости.

Степень риска измеряется размахом вариации и среднеквадратическим отклонением.

**Размах вариации** представляет собой разность между самими крайними величинами стоимости (самым высоким и самым низким). Это полезная предварительная оценка, но она не учитывает стоимости расположенные между ними. Более точное измерение дает показатель среднеквадратического отклонения.

**Среднеквадратическое отклонение** является измерением отклонения отдал от предполагаемой стоимости. Оно показывает жесткость распределения вероятности. Чем выше среднеквадратическое отклонение, тем выше вероятность возможной отдал и, следовательно, выше риск. Расчет ведется по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - E)^2 \times P_i}$$

Среднеквадратическое отклонение называю еще измерителем **абсолютного риска**.

Для сравнения риска проектов с сильно отличающимися величинами инвестиций, отдач и предполагаемой стоимости, необходимо использовать относительный измеритель – коэффициент вариации.

**Коэффициент вариации** – это отношение среднеквадратического отклонения к предполагаемой стоимости:

$$C = \frac{\sigma}{E} (100\%)$$

Коэффициент вариации, вычисленный в процентах, является индексом риска в расчете на рубль прибыли. Чем выше коэффициент вариации, тем выше риск. Таким образом, можно сравнивать относительный риск стратегий или проектов с сильно различающейся величиной.

**Блок 3** предполагает овладение методами стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Содержание задания блока 3 учебной практики.

Предлагается выполнить следующее кейс-задание. Провести SWOT-анализ развития предприятия.

Описание ситуации

Французская компания «Н» поставляет на российский рынок электрооборудование для промышленности.

В декабре 2000 года по решению европейской дирекции Компании был создан российский филиал, получивший все полномочия для самостоятельной работы. При филиале организован склад, отдел логистики, коммерческий отдел и отдел маркетинга.

В настоящее время (январь 2014г.) Компания испытывает серьезные трудности со сбытом низковольтного оборудования (НВО), включающего контакторы, тепловые реле, автоматические выключатели, регуляторы частоты вращения двигателей переменного и постоянного тока и т.д.

До создания филиала низкий уровень продажи НВО объяснялся отсутствием склада, относительно большими сроками поставки и невозможностью продажи товара мелкими партиями. Однако, организация системы складирования, которая позволила существенно сократить сроки поставки и дала возможность организовать продажу НВО мелкими партиями, ситуации не изменила -

ожидаемое увеличение спроса на это оборудование не последовало.

Для выяснения сложившейся ситуации было решено провести SWOT-анализ деятельности Компании на российском рынке НВО и на основе полученных результатов найти пути повышения эффективности этой деятельности.

С этой целью была собрана и обработана информация из следующих источников: информация Правительства, министерств, ведомств, публикуемая в печатных изданиях; компьютерная база данных клиентов и конкурентов Компании; бухгалтерская отчетность Компании; статистические данные отделов сбыта Компании и конкурентов; семинары коммерческих инженеров; реклама, выставки; посредники, дилеры, потребители.

Собранная информация показала следующее.

Политическая ситуация в стране в настоящее время (январь 2014г.) оценивается как вполне стабильная. Однако международные санкции, протекционизм государства затрудняют внешне-торговые операции. Введение экономических санкций вызвало спад промышленности, приостановлены иностранные инвестиционные проекты.

Произошла девальвация национальной валюты. Падение курса рубля привело к росту цен на товары, что, естественно, сказалось на покупательской способности населения.

Материально-техническая база и используемые технологии большинства предприятий устарели. Отсутствие инвестиций извне и собственного капитала не дают возможности их развития.

Однако на фоне политических и социальных проблем следует отметить и позитивные моменты. Новый бюджет на 2015 год, подготовленный правительством и представленный для рассмотрения в Государственную Думу, предусматривает увеличение расходов на науку, промышленность и социальный сектор. В соответствии с системой целевого повышение зарплаты бюджетникам оплата труда, в первую очередь, будет повышена врачам, учителям, военнослужащим.

Многие предприятия были вынуждены снизить тарифы на свою продукцию и услуги, выраженные в долларовом эквиваленте, так существенно снизились цены на размещение рекламы, мобильные системы связи. Это сделало их более доступными и привлекательными для клиентов.

В последнее время наметилась тенденция поддержки целевых проектов муниципальными и федеральными властями, которая позволит изменить ситуацию к лучшему. Из отраслей промышленности наиболее развивающимися являются: пищевая, газодобывающая, нефтеперерабатывающая, химическая.

#### Покупатели

Как уже было описано выше, в настоящее время промышленность в России переживает спад, материально-техническая база многих предприятий устарела, а недостаток финансирования не позволяет ее обновить, поэтому в настоящее время наиболее развит рынок запасных частей и комплектующих.

Источником данных для описания конъюнктуры российского рынка послужили результаты анкетирования российских покупателей низковольтного оборудования, проводимого отделом маркетинга Компании.

Сегодня в России существуют два рынка оборудования - отечественного и иностранного производства.

Оборудование, выпускаемое российскими предприятиями, как правило, среднего качества и значительно уступает иностранным аналогам почти по всем характеристикам. Цены на отечественную продукцию в среднем до августовского кризиса были ниже в 2-3 раза, чем на импортную. На сегодняшний день эта разница составляет 400-500%. Поэтому 90% отечественных потребителей предпочитают продукцию российских производителей.

Остальные потребители ориентируются на импортные комплектующие в случае, если:

1. Не существуют отечественные аналоги;
2. Предприятие уже частично или полностью оснащено импортным оборудованием, требуется замена вышедших из строя узлов и деталей;
3. К комплектующим продукции потребителя предъявляются повышенные требования по качеству, надежности, техническим характеристикам, дизайну, производительности и т.д. Например: оборудование, производимое покупателем НВО, экспортируется за рубеж, и по техническим нормам страны-импортера требуется установка комплектующих, отвечающих международным стандартам.

Отсюда можно сделать вывод, что производители отечественного и импортного оборудования на сегодняшний день фактиче-

ски работают на разных сегментах рынка сбыта. Покупатели отечественной продукции из-за большой разницы в ценах и недостатка финансирования не могут себе позволить покупать более качественное импортное НВО. Покупатели же импортного оборудования не могут купить более дешевую отечественную продукцию в силу вышеописанных обстоятельств.

Таким образом, сегодня на долю иностранных производителей приходится 10% всего рынка и эта цифра по статистическим данным отдела сбыта Компании с каждым годом увеличивается примерно на 1,35%. Конкурентов на этом сегменте рынка - более 15.

Компания «Н» реализовала в 2013г. году продукцию по данной группе оборудования на сумму 16,3 млн. евро, что составило 10,7% от рынка импортного оборудования, или 1,1% от всего рынка.

Компанией проведено сегментирование по отраслям промышленности. Этот способ сегментирования потребителей (см. таблицу 1) позволяет оценить позиции Компании в каждой отрасли, а также предугадать характер изменения объема продаж Компании в зависимости от изменения положения в отрасли.

Таблица 1 – Сегментирование по отраслям промышленности

Сегменты, на которых работает компания	Доля компании в данном сегменте, %
Пищевая промышленность	22,0
Химическая промышленность	7,0
Нефтеперерабатывающая промышленность	7,0
Газодобывающая промышленность	6,0
Станкостроение	10,0
Краностроение	12,0
Лифтостроение	21,0

Компания провела исследование по выявлению критериев выбора покупателей при заказе оборудования. Для выявления основных требований к НВО и условиям продажи было опрошено более 150 клиентов. Всем клиентам были предложены анкеты, в

которых их просили указать наиболее важные критерии и оценить их по пятибалльной системе.

В результате обработки информации были выделены три основных группы клиентов:

1. Потребители, покупающие в основном отечественную продукцию, и только в случаях необходимости приобретающие импортное оборудование;

2. Потребители, ориентированные только на импортную продукцию;

3. Дилеры, работающие как с отечественным, так и с импортным оборудованием.

Результаты анкетирования представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Критерии покупателей при покупке оборудования

Критерии	1 группа	2 группа	3 группа
Цена	5	5	5
Совместимость с имеющимся и будущим оборудованием	4	4	2
Сроки поставки	4	5	5
Национальность	2	2	3
Надежность и срок службы	2	5	5
Прогрессивная технология	1	5	5
Качество и производительность	2	5	5
Наличие склада	5	5	5

### Конкуренты

Для определения основных конкурентов их сильных и слабых сторон был проведен сбор необходимой информации, источниками которой послужили: компьютерная база данных о конкурентах; рекламные проспекты; прайс-листы конкурентов; выставки; ярмарки; посредники, потребители; данные, полученные из реальных контрактов.

Товары конкурентов были разбиты на группы, среди которых выбраны не уступающие по конкурентоспособности товарам Компании. Каждая группа товаров рассматривалась отдельно и оценивалась степень их опасности по отношению к товарам Компании.

**Товары-заменители** не представляют реальной опасности. Они, как правило, морально устарели и присутствуют на рынке только благодаря своим низким ценам. Спрос на них незначительный. Поэтому можно не рассматривать производителей этих товаров как конкурентов.

**Товары-аналоги отечественного производства**, как правило, среднего качества и значительно уступают по всем техническим показателям продукции Компании, но значительно выигрывают в цене. В силу сложившейся конъюнктуры рынка эти товары не представляют опасности для Компании, т.к. имеют свой рынок сбыта, практически не пересекающийся с рынком сбыта товаров иностранного производства.

**Товары-аналоги иностранного производства.** Поскольку факторы, формирующие конкурентоспособность товаров, относящихся к НВО, в настоящее время приблизительно одинаковые у всех иностранных компаний, работающих на российском рынке, то почти все эти компании могут рассматриваться в качестве конкурентов Компании.

Как было сказано, в настоящее время таких конкурентов на рынке - более 15.

Среди конкурентов были выбраны компании, чья доля на рынке НВО составляет один и более процентов.

Таким образом, количество компаний, представляющих опасность для данного предприятия, имеющей 10% на российском рынке, уменьшилось до 6. К ним относятся такие всемирно-известные Компании как «АВВ» - 25%, «Дженерал Электрик» - 12%, «Сименс» - 20%, «Клёкнер-Мёлер» - 3%, «Ловато» - 1%.

Далее была составлена таблица (таблица 3) наиболее важных показателей. В графе 2 по десятибалльной шкале был указан максимальный балл, характеризующий важность показателя, а на пересечении столбца компании и строки показателя проставлялась оценка деятельности данной компании по данному показателю.

Итак: Основными конкурентами Компании на российском рынке НВО являются компании АВВ, Сименс и Дженерал Электрик.



Таблица 3 – Оценка деятельности компаний конкурентов

Показатель	Максимальный балл	Компания «Н»	Основные конкуренты				
			АВВ	Дженерал Электрик	Сименс	Клёрнер - Мёлер	Ловато
Методы конкурентной борьбы	10	7	9	8	8	6	5
Цены	10	7	9	10	7	8	10
Качество	10	10	9	10	10	9	7
Ценовая политика	7	5	7	6	5	6	6
Каналы сбыта	8	7	7	5	5	5	3
Организация сбыта	8	7	8	4	7	4	3
Реклама	5	2	4	4	5	2	1
Стимулирование сбыта	8	6	8	5	6	3	1
Уровень технологии	6	6	5	5	6	4	3
Ассортимент	5	5	4	3	4	3	2
Товародвижение: - транспорт - объем склада	5	5	4	3	4	3	2
Стоимость транспортировки	5	5	5	5	5	5	5
Коммерческий персонал	7	6	5	2	6	2	2
Условия и сроки поставки	10	8	8	9	8	7	7
Известность фирмы	8	4	8	8	8	3	1
Пресса	5	2	5	4	5	1	1
Скидки дистрибьюторам	8	7	8	5	2	7	7
<b>ИТОГО</b>	<b>133</b>	<b>104</b>	<b>122</b>	<b>97</b>	<b>109</b>	<b>81</b>	<b>67</b>

## АВВ

Сильные стороны: Большой штат сотрудников, развитый маркетинговый и коммерческий отделы. Гибкая ценовая политика, мгновенная реакция к изменению цен конкурентов, низкая закупочная цена. Высокое качество товаров, надежность. Развитые каналы сбыта, возможность консигнации, большой объем товаров на складе. Широкая известность фирмы среди профессионалов. Отношение к российскому рынку как к перспективному.

Слабые стороны: Высокий уровень издержек, узкий ассортимент. После августовского кризиса произошло сокращение штата сотрудников на 50%, заморожен фонд заработной платы.

### Сименс

Сильные стороны: Широкая известность торговой марки, высокопрофессиональный штат сотрудников. Высокое качество и надежность товаров, эффективная рекламная кампания как товаров промышленного назначения, так и бытовых товаров. Широкий ассортимент.

Слабые стороны: жесткие цены; каналы сбыта - прямые поставки; узкая специализация коммерсантов.

### Дженерал Электрик

Продукция, продаваемая в России, выпускается, главным образом, на заводах в Испании.

Сильные стороны: широкая известность фирмы, низкие цены, сроки поставки - 2 недели на условиях EXW (Поставка с завода в Испании).

Слабые стороны: Небольшой штат сотрудников в российском офисе (менее 10-ти человек), бессистемная ценовая политика, отсутствие склада.

За последний год на российском рынке появились новые производители, в основном из азиатских стран, которые предлагают товары высокого качества, но по более низким ценам. В настоящее время они только начинают внедряться на рынок, но через 1 -2 года могут составить жесткую конкуренцию с продукцией Компании.

### **Компания «Н»**

Товарная политика. Ассортимент выпускаемой продукции промышленного контроля и автоматизации насчитывает более 10 тысяч наименований, которые объединены в 200 серий. Вся продукция изготавливается на заводах Компании, имеющих серти-

фидкаты стандартов ИСО 9001 и ИСО 9002. Все группы товаров проходят обязательные контрольные испытания в технических лабораториях фирмы и получают соответствующие сертификаты.

Маркетинговый отдел Компании тесно работает с отделом НИОКР. Это позволяет фирме разрабатывать и выпускать продукцию в соответствии с последними достижениями науки и техники, мгновенно реагировать на изменения потребностей рынка.

Товарная политика Компании нацелена на разработку и производство современного оборудования, поиск новых технических решений для оптимального удовлетворения любых потребностей Заказчика. Компания стремится не только соответствовать требованиям рынка, но и формировать спрос потребителей путем разработки принципиально новых, уникальных товаров. Более 11% от прибыли ежегодно направляется на разработку нового оборудования.

Компания считается бесспорным лидером по производству нового оборудования. Жизненный цикл товаров в среднем составляет 2-3 года (для технологически сложного оборудования - 5-6 лет).

В настоящее время продукция Компании выходит под пятью торговыми марками, имеет современный дизайн и упаковку.

Ценовая политика Компании на российском рынке до сегодняшнего дня была направлена «на снятие сливок» (назначение высоких цен, с последующим их снижением). Ошибочно считалось, что российский рынок не насыщен, поэтому при определении цены маркетологи исходили из уникальности продукции, не принимая во внимание ни цены конкурентов, ни особенности рынка. В настоящее время средняя цена на продукцию Компании на 20-30% выше, чем аналогичная продукция конкурентов.

Сбыт. До начала 2000 года вся продукция Компании продавалась на условиях прямого импорта. Сроки поставки составляли 8-10 недель. С открытием филиала ситуация кардинально изменилась. Был организован склад, на который было закуплено продукции на сумму 200 тыс. евро.

Сегодня склад оснащен современным оборудованием и связан посредством автоматизированной системы со всеми отделами Компании.

Организация склада позволила поставлять товар на условиях EXW (поставка с завода на склад в Москве). Учитывая требо-

вания клиентов, это, в настоящий момент, является необходимым условием для эффективной работы Компании. Однако следует отметить, что недостаточные финансовые возможности не позволяют иметь все виды НВО на складе, запаса продукции на складе хватает на 3 дня.

С организацией отдела логистики сократились сроки поставки оборудования, которого нет на складе, до 6 недель.

Необходимо отметить, что каналы сбыта еще недостаточно развиты. Дилерская сеть практически не работает.

Стимулирование сбыта. С целью увеличения объема продаж Компанией используется гибкая система скидок. Организован демонстрационный зал продукции, центр технической поддержки. Ежеквартально руководители отделов проводят семинары для коммерческих инженеров, на которых обсуждаются проблемы сбыта, проводятся презентации новой продукции. Регулярно Компания участвует в специализированных выставках.

Слабым звеном стимулирования сбыта является отсутствие отдела рекламы, не разработана рекламная кампания, она носит стихийный, непрофессиональный характер. И как результат - отсутствие на российском рынке необходимой информации о деятельности фирмы.

Кадровая политика. В настоящее время в Компании работает 120 человек, 85% всех работающих имеют высшее образование и владеют хотя бы одним европейским языком. Большое внимание уделяется обучению персонала, организуются семинары, стажировки, деловые игры для каждой группы сотрудников. Инженеры технического центра проходят обязательную ежегодную стажировку на заводах Компании, где знакомятся с новыми изделиями, принципами их действия, особенностями ремонта и программирования. Организуются специальные программы повышения квалификации.

Все сотрудники фирмы и их семьи застрахованы в американском медицинском центре. Используется гибкая система оплаты труда, ежегодно по результатам года выплачиваются премии.

Этапы проведения SWOT-анализа:

1. Сбор информации о факторах внутренней среды предприятия и факторах его микро- и макроокружения. Факторы внут-

ренной среды: сильные и слабые стороны; факторы внешней среды: возможности и угрозы.

**Сила (Strength)** — это то, в чем предприятие преуспело, или какая-то особенность, предоставляющая ему дополнительные возможности. К потенциально сильным сторонам можно отнести наличие финансовых ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей; хорошую репутацию в глазах потребителей, хорошо продуманные функциональные стратегии, низкие издержки, наличие технологий, защищенных правом собственности; лидерство по «кривой опыта», совершенство управления, хорошо организованную рекламу, отлаженную систему обновления продукции и т.п.

**Слабость (Weakness)** — это отсутствие чего-то важного для ее функционирования или то, что не удастся предприятию (по сравнению с другими), или нечто, ставящее его в неблагоприятные условия. К потенциально слабым сторонам можно отнести отсутствие четкой стратегии, устаревшие производственные мощности, недостаток навыков и таланта управления у руководства фирмы, отставание в области научных исследований и опытно-конструкторских разработок, плохо организованную систему сбыта, недостаток финансовых ресурсов для реализации планов, узкую номенклатуру выпускаемой продукции, слабые навыки в области маркетинговой деятельности у сотрудников и т.п.

**Рыночные возможности (Opportunities)** во многом определяют стратегию предприятия. В зависимости от условий отрасли возможности могут быть как многообещающими, так и бесперспективными. К потенциальным внешним возможностям можно отнести способность обслуживать дополнительные группы клиентов или выходить на новые рынки, расширять ассортимент выпускаемой продукции, использовать навыки и технологические ноу-хау в выпуске новой продукции, осуществлять вертикальную интеграцию (вперед или назад), а также возможность быстрого развития в связи с резким ростом спроса, снижение барьеров вхождения на привлекательных рынках, слабые позиции фирм-конкурентов и т.д.

**Угрозы (Threat):** появление более дешевых технологий; внедрение конкурентом нового или усовершенствованного продукта; выход на рынок новых конкурентов с низкими издержками

ми; неблагоприятная политика государственного регулирования при спадах и колебаниях уровня деловой активности; возможность поглощения более крупной фирмой; неблагоприятные демографические изменения; неблагоприятные изменения курсов иностранных валют; неблагоприятные политические перемены; растущая степень влияния поставщиков и покупателей, замедление темпов роста рынка и т.п.

## 2. Построение матрицы SWOT.

Сильные стороны (S):	Возможности (O):
1. ....	1. ....
2. ....	2. ....
3. ....	3. ....
Слабые стороны (W):	Угрозы (T):
1. ....	1. ....
2. ....	2. ....
3. ....	3. ....

На основе имеющихся данных информация концентрируется, сжимается и представляется в форме ряда пунктов: 1,2,3.....n в каждом сегменте матрицы. Необходимо соблюдать ряд принципов: 1) информация не должна дублироваться в пунктах, повторяться, 2) каждый пункт – это короткий тезис, 3) нет стандарта в отношении количества пунктов; важно не загромождать сегменты, но при этом учесть как можно больше аспектов работы предприятия.

3. Построение проблемного поля – анализ соотношения сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами со стороны внешней среды и определение направлений деятельности, улучшения ситуации.

	О возможности	Т угрозы
S сильные стороны	SO развитие	S компенсация угроз
W слабые стороны	WO что изменить	WT проблемы

Анализ начинают с соотнесения слабых сторон организации и угроз со стороны внешней среды, поскольку такой внешний негативный аспект влияния усугубляет положение организации на рынке. Таким образом, выявляются **проблемы** деятельности предприятия.

Для поиска возможных решений проблем осуществляется сопоставление сильных сторон организации и угроз со стороны внешней среды, определяются **возможности нейтрализации (снижения)** негативного воздействия за счет преимуществ, которыми владеет организация.

Соотнесение сильных сторон организации с возможностями показывает, что **необходимо развивать**, поскольку для этого есть предпосылки.

Соотнесение слабых сторон организации и возможностей со стороны внешней среды показывает, что **необходимо изменить** в организации, пользуясь благоприятной внешней ситуацией.

При построении проблемного поля целесообразно пользоваться значками (условными обозначениями), отделять несколько направлений в полях пунктами, на пример:

	О возможности	Т угрозы
S сильные стороны	SO развитие 1) S4,S7,O1,O2 2) O3,O4,O5,O7,O8	ST компенсация угроз 1) T1, S1,S9 2) T2,S8; T3,S3,S8 3) T4,S4,S5,S6,S7
W слабые стороны	WO что изменить W2,O1,O2,O7,O8	WT проблемы 1) W1,W2, T1,T2

## **Список источников, необходимых для выполнения заданий по блокам.**

1 Агарков А.П. Управление инновационной деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Агарков А.П., Голов Р.С. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2015. – 208 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24766>. – ЭБС «IPRbooks», по паролю

2 Ахинов Г.А. Экономика общественного сектора : учебник / Г.А. Ахинов, И.Н. Мысляева – М. : ИНФРА – М, 2013. – 330 с.

3 Безденежных М. М. Экономика общественного сектора: учебн. пособие / М. М. Безденежных, Н. Б. Севастьянова – М.: КноРус, 2016. – 206 с. 50 экз.

4 Бочков А.А. Экономика общественного сектора : учеб. пособие / А.А. Бочков, Д.К. Иваницкий, Т.А. Дудник – Куб. гос. аграр. ун-т. – Краснодар: КубГАУ, 2014. – 189 с.

5 Восколович Н.А. Экономика платных услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению «Экономика», специальности «Государственное и муниципальное управление» / Восколович Н.А. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 398 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40486>. – ЭБС «IPRbooks», по паролю

6 Воронина М.В. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Воронина М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 399 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35327>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7 Иванов И.В. Финансовый менеджмент. Стоимостной подход [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Иванов И.В., Баранов В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблшер, 2016.— 502 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41493>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8 Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан. — М. : Проспект, 2014. — 1094 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=54906](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=54906) — Загл. с экрана.



9 Любушин Н.П. Экономика организации : учебник / Н. П. Любушин, Н.Э. Бабичева. – 3-е изд., перераб. – М. : КноРус, 2016. – 326 с.

10 Маслова Е.Л. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Маслова Е.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 333 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35286>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

11 Нешиной А. С. Инвестиции [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Нешиной А.С. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014. – 352 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10919>. – ЭБС «IPRbooks», по паролю

12 Никулина Н.Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Никулина Н.Н., Суходоев Д.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 511 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10515>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

13 Финансовый менеджмент государственных программ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.Я. Быстрыков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2013.— 80 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22228>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

14 Шевченко О.П. Менеджмент организации: уч. пособие для магистров направления 38.04.02 «Менеджмент»/ О.П. Шевченко / Краснодар, КубГАУ, 2016 г. – 176 с.

### **3 Заключительный этап учебной практики:**

- подготовка и оформление материалов практики;
- защита отчета.

#### 4 Оформление материалов по результатам прохождения практики

По итогам практики обучающийся предоставляет следующие материалы:

1. Дневник прохождения учебной практики. В дневнике должны быть отражены результаты текущей работы и выполненные задания (приложение 3).

2. Отчет по учебной практике. В отчете должны быть представлены результаты исследований по программе практики, выполненные в соответствии с индивидуальным заданием обучающегося. Отчет должен включать в себя:

- титульный лист (приложение 4);
- индивидуальное задание (приложение 1);
- рабочий график (план) прохождения практики (приложение 2);

- Введение. Рекомендуемый объем введения к отчету по практике – 1 стр. В нем должны быть обозначены вид, тип практики, ее актуальность для формирования компетенций, предусмотренных ОП ВО данного направления.

- Основная часть. Она должна включать три главы. В каждой главе отчета обучающийся представляет выполнение заданий по блокам программы практики. В первой главе описываются работы и полученные результаты по первому блоку задания. Она носит название «Количественные и качественные методы для управления бизнес-процессами. Операционный анализ (кейс-задания). Вторая глава называется «Количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований. Количественная оценка риска финансовых вложений (кейс-задание)», третья – «Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. SWOT-анализ развития предприятия (кейс-задание)». Рекомендуемый объем основной части отчета – 15–20 стр.

- Заключение. В нем описываются результаты прохождения практики. Рекомендуемый объем – 1 стр.

- Список использованных источников. В список включаются все изученные в ходе практики нормативно-правовые акты, учебная и научная литература, статьи в периодических изданиях

по проблемам исследуемых обучающимся тем. Рекомендуемое количество источников в списке – от 10 до 20 наименований.

Требования, предъявляемые к оформлению отчета по практике:

– отчет должен быть отпечатан на компьютере через 1,5 интервала шрифт Times New Roman, номер 14 pt; размеры полей: верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см;

– рекомендуемый объем отчета – 18 – 25 страниц;

– отчет должен быть иллюстрирован таблицами, схемами и

т.п.

## 5 Защита отчета по практике

Формой промежуточной аттестации по итогам учебной практики является составление и защита отчета о прохождении практики. Обучающийся после подготовки дневника и отчета предъявляет их для регистрации на кафедру государственного и муниципального управления.

Отчет вместе с дневником прохождения практики должны быть сданы на кафедру для регистрации сразу после прохождения практики. В течение 10 дней после начала третьего учебного семестра на кафедре организуется процедура защиты отчетов. Руководитель практики готовит для процедуры защиты бланк «Отзыв руководителя практики» (приложение 6).

Руководитель учебной практики от вуза знакомится с содержанием всех представленных материалов, обсуждает с обучающимся итоги практики и ее материалы, доводит до сведения обучающегося график защиты отчетов.

Защита отчета осуществляется по графику, в часы, назначенные кафедрой, и происходит публично перед специальной комиссией кафедры.

В качестве промежуточной аттестации за прохождение учебной практики предусмотрена дифференцированная оценка (зачет). Оценка за практику выставляется на основании защиты отчета. Оценку фиксируют в отзыве руководителя учебной практики, в ведомости, в зачетке, в протоколе защиты отчетов.

Оценка по практике учитывает: степень усвоения теоретического материала; степень выполнения обучающимся заданий, обозначенных в программе практики; качество выполнения отчета; полноту раскрытия содержания всех заданий по практике; надлежащее оформление материалов практики; итоги защиты отчета обучающимся, показываемый им уровень освоения первичных профессиональных умений и навыков организационно-управленческой деятельности, полноту ответов на вопросы комиссии в ходе защиты отчета.

Критерии дифференциации оценки по учебной практике:

– «отлично» – содержание и оформление отчета по учебной практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики обучающегося положительные, ответы на вопросы по программе практики

полные и точные, при защите отчета и ответах на вопросы по программе практики обучающийся показывает:

а) высокие навыки использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения;

б) высокие способности владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

в) высокие навыки использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;

– «хорошо» – при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики обучающегося положительные, в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые навыки:

а) использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения;

б) владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

в) использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;

– «удовлетворительно» – небрежное оформление отчета и дневника. В отчете отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики обучающегося положительные, при ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает ошибки, но имеет навыки:

а) использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения;

б) владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

в) использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;

– «неудовлетворительно» – выставляется, если в отчете освещены не все разделы программы практики, на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, не владеет практическими навыками по реализации предусмотренных программой практики компетенций.

## **Перечень вопросов для защиты отчета по практике**

1. Предприятие как субъект предпринимательской деятельности. Назначение и сфера деятельности предприятия.
2. Организационно-правовые формы предпринимательства.
3. Классификация и виды предприятий.
4. Правовое положение имущества предприятия.
5. Состав имущества предприятия.
6. Типы, формы и методы организации производства.
7. Производственная структура предприятия. Характеристика элементов производственной структуры предприятия.
8. Основные фонды: производственные и непроизводственные.
9. Группы и виды основных фондов. Структура основных производственных фондов предприятия.
10. Износ основных фондов: материальный и моральный. Сущность процесса амортизации основных фондов.
11. Методы амортизационных списаний: равномерные, ускоренные, замедленные.
12. Амортизационные отчисления. Порядок начисления амортизационных отчислений.
13. Оценка и учет основных фондов. Стоимостная оценка. Первоначальная, остаточная, ликвидационная стоимость. Восстановительная стоимость.
14. Показатели эффективности использования основных производственных фондов: обобщающие (фондоотдача, фоноворуженность), частные.
15. Факторы, определяющие производственную мощность и ее использование. Резервы производственных мощностей. Определение потребности в основном капитале предприятия.
16. Оборотные средства: оборотные фонды и фонды обращения; их характеристика, состав, свойства. Кругооборот ресурсов. Материальные ресурсы.
17. Источники формирования оборотных средств.
18. Определение потребности в оборотных средствах: вложенных в производственные запасы, незавершенное производство, расходы будущих периодов, запасы готовой продукции на складах.

19. Показатели эффективности использования оборотных средств (по стадиям кругооборота).
20. Инвестиции. Сущность, виды, источники и направления инвестиций. Инвестиционная политика.
21. Оценка коммерческой эффективности инвестиционных проектов.
22. Основные производственные и непроизводственные фонды.
23. Износ и воспроизводство основных производственных фондов.
24. Оборотные средства, их характеристика. Методы определения потребности в оборотных средствах.
25. Эффективность использования основного капитала.
26. Эффективность использования оборотных средств.
27. Управление качеством продукции.
28. Организационные структуры управления предприятием, их характеристика.
29. Бизнес-план предприятия.
30. Учетная политика предприятия.
31. Производственная мощность предприятия и факторы ее определяющие.
32. Методы расчет производственной мощности предприятия.
33. Кадры предприятия и их классификация.
34. Показатели производительности труда.
35. Себестоимость продукции и производства.
36. Калькулирование себестоимости.
37. Прибыль предприятия: сущность, виды, методы планирования.
38. Налоговая система. Расчет налога на прибыль.
39. Ценовая политика предприятия.
40. Понятие рентабельности. Виды рентабельности. Расчет показателей рентабельности. Факторы роста уровня рентабельности.
41. Понятие эффекта и эффективности деятельности предприятия. Виды эффективности.
42. Финансовая отчетность предприятия.
43. Показатели финансово-хозяйственной деятельности



44. Метод оценки риска: измерение абсолютного риска, измерение относительного риска.
45. Анализ безубыточности.
46. Оценка стоимости капитала.

**Форма индивидуального задания на учебную практику**  
**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА**  
**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
 учреждение высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
 УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т.ТРУБИЛИНА»**

Факультет управления

Кафедра менеджмента

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

Обучающегося \_\_\_\_\_

1-го курса очной (заочной) формы обучения группы \_\_\_\_\_

Направление подготовки 380402 Менеджмент

Вид практики – учебная

Тип практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

№ п/п	Содержание задания	Ожидаемый результат
1	Операционный анализ (кейс-задания)	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4)
2	Количественная оценка риска финансовых вложений (кейс-задание)	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результа-

		там их применения (ПК-4)
<b>3</b>	SWOT-анализ развития предприятия (кейс-задание)	владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)

Обучающийся \_\_\_\_\_ ФИО

Руководитель от КубГАУ должность \_\_\_\_\_ ФИО

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

**Форма рабочего графика (плана) учебной практики**  
**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА**  
**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т.ТРУБИЛИНА»**  
 Факультет управления

Кафедра менеджмента

**Рабочий график (план)**

Обучающегося \_\_\_\_\_  
 1-го курса очной (заочной) формы обучения группы \_\_\_\_\_  
 Направление подготовки 380402 Менеджмент  
 Вид практики – учебная  
 Тип практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Дата	Краткое содержание работы	Ожидаемый результат
	Операционный анализ (кейс-задание)	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4)
	Количественная оценка риска финансовых вложений (кейс-задание)	способность использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения (ПК-4)
	SWOT-анализ развития предприятия (кейс-задание)	владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)
	Составление отчета по практике	способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3)

Подпись руководителя практики от КубГАУ \_\_\_\_\_ Ф.И.О.  
 « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

**Форма дневника по учебной практике**

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т.ТРУБИЛИНА»**

Факультет управления

**ДНЕВНИК  
ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Обучающегося \_\_\_\_\_

1-го курса очной (заочной) формы обучения группы \_\_\_\_\_

Направление подготовки 380402 Менеджмент

Вид практики – учебная

Тип практики – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков

Направляется на практику на кафедру менеджмента

Период практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Преподаватель, руководитель практики от КубГАУ

*до*

*лжность, ученая степень, звание, ФИО*

Дата	Содержание работы	Полученные результаты	Отметка руководителя практики о выполнении работы
	Операционный анализ (кейс-задания)	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4)	

Дата	Содержание работы	Полученные результаты	Отметка руководителя практики о выполнении работы
	Количественная оценка риска финансовых вложений (кейс-задание)	способность использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения (ПК-4)	
	SWOT-анализ развития предприятия (кейс-задание)	владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)	
	Составление отчета по практике	способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3)	

Обучающийся

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

Подпись руководителя практики  
от КубГАУ

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

**Форма титульного листа отчета по учебной практике**

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т. ТРУБИЛИНА»**

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ**

**Кафедра менеджмент**

**ОТЧЕТ**  
**по учебной практике**  
**по получению профессиональных умений и навыков**

**Арефьева Андрея Сергеевича**

направление подготовки 38.04.02  
Менеджмент

Руководитель практики

Ломакина О.В.

**Краснодар 2018**

**Образец содержания отчета по учебной практике**

## Содержание

Введение	3
1 Количественные и качественные методы для управления бизнес-процессами. Операционный анализ (кейс-задания)	4
Количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований. Количественная оценка риска финансовых вложений (кейс-задание)	7
3 Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. SWOT-анализ развития предприятия (кейс-задание)	11
Заключение	18
Список использованных источников	19



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.Т.ТРУБИЛИНА»

**Факультет управления**

**ОТЗЫВ**

**руководителя практики**

Обучающегося \_\_\_\_\_  
1-го курса очной (заочной) формы обучения группы \_\_\_\_\_  
Направление подготовки 380402 Менеджмент  
Вид практики – учебная  
Тип практики – практика по получению первичных профессио-  
нальных умений и навыков  
Место прохождения практики кафедра менеджмента  
Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_  
*должность, Ф.И.О.*

*Руководитель практики в отзыве должен отразить личные качества практиканта: способность к саморазвитию, уровень деловой коммуникации, способность работать в коллективе, готовность выполнять профессиональные задачи в составе команды. Руководитель оценивает полноту и уровень выполненных профессиональных задач в соответствии с программой практики, а также сформированность общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе прохождения практики.*

<i>№ п/п</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Оценка руководи- теля</i>
1	<i>Корректность в сборе, анализе и интерпретации представляемых в отчете данных</i>	
2	<i>Способность работы в коллективе, уровень деловой коммуникации</i>	
3	<i>Демонстрация профессиональных умений в ходе выполнения индивидуального задания по практике</i>	
4	<i>Демонстрация профессиональных навыков в ходе</i>	

	<i>выполнения индивидуального задания по практике</i>	
5	<i>Степень выполнения индивидуального задания</i>	
6	<i>Степень освоения компетенций, предусмотренных программой практики</i>	
	<i>Итоговая оценка</i>	

*Руководитель практики выставляет оценку обучающемуся-практиканту по пятибалльной шкале.*

Руководитель практики

должность

\_\_\_\_\_ Ф.И.О.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

## Оглавление

1 Цель и задачи практики.....	3
2 Способ и форма проведения практики.....	4
3 Содержание практики.....	5
4 Оформление материалов по результатам прохождения практики.....	26
5 Защита отчета по практике.....	27
Приложение 1 – Форма индивидуального задания на учебную практику.....	33
Приложение 2 – Форма рабочего графика (плана) учебной практики.....	34
Приложение 3 – Форма дневника по учебной практике... ..	35
Приложение 4 – Форма титульного листа отчета по учебной практике.....	37
Приложение 5 – Образец содержания отчета по учебной практике.....	38
Приложение 6 – Отзыв руководителя практики .....	39

**УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА  
ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

*Методические рекомендации*

Составители : **Ломакина** Оксана Вячеславовна,  
**Горлов** Дмитрий Михайлович

Подписано в печать \_\_\_\_\_ Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>

Усл. печ. л. – 2,4. Учет. – изд. л. – 1,9.

Тираж 50 экз. Заказ № \_\_\_\_