

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета  Панфилов Д.В.
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Проектная практика»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль Экспертиза качества и маркетинг строительных материалов

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2020

Автор программы

 /И.И. Акулова/

/ Заведующий кафедрой
Технологии строительных
материалов, изделий и
конструкций

 /С.М. Усачев/
 /И.И. Акулова/

Руководитель ОПОП

Воронеж 2020

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.1. Цели практики

углубление практической подготовки магистрантов и приобретение ими профессиональных навыков маркетинговой деятельности организаций строительной отрасли.

1.2. Задачи прохождения практики

- Изучение стратегий формирования спроса на новые строительные материалы (технологии).
- Изучение специфики маркетинговых коммуникаций промышленного рынка.
- Изучение процедуры организации мероприятий по продвижению продукта, изучение основных задач маркетолога при проведении выставок.
- Изучение опыта предприятия по организации (участие) мероприятий по продвижению (рекламе) выпускаемой продукции.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИКИ

Вид практики – Производственная практика

Тип практика – Проектная практика

Форма проведения практики – дискретно

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Стационарная практика проводится в профильных организациях, расположенной на территории г. Воронежа.

Выездная практика проводится в местах проведения практик, расположенных вне г. Воронежа.

Способ проведения практики определяется индивидуально для каждого студента и указывается в приказе на практику.

Место проведения практики – перечень объектов для прохождения практики устанавливается на основе типовых двусторонних договоров между предприятиями (организациями) и ВУЗом или ВУЗ.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Практика «Проектная практика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б2.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс прохождения практики «Проектная практика» направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в

процессе межкультурного взаимодействия

ПК-6 - способен определять направления производственной деятельности организации, разрабатывать стратегии развития, осуществлять оперативное планирование, включая координацию деятельности подразделений и разработку корректирующих воздействий

ПК-1 - способен анализировать тенденции технологического и технического развития строительной отрасли, возможности применения инновационных строительных материалов и изделий, новых технологий производства

ПК-7 - способен организовать финансово-хозяйственную деятельность предприятия, анализировать показатели выполнения текущих планов организации, оценивать конкурентную позицию и предпринимательские риски

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-2	<p>Знать состав документации процедуры процесса управления проектом, порядок организации контроля за ходом выполнения проекта</p> <p>Уметь разрабатывать план предпринимательского проекта, определять риски проекта</p> <p>Владеть навыками анализа эффективности предпринимательского проекта</p>
УК-5	<p>Знать особенности и этические нормы различных культур членов профессиональной среды в процессе межличностного и профессионального взаимодействия</p> <p>Уметь анализировать профессиональную среду как сферу межкультурного взаимодействия, выявляет возможные проблемные ситуации</p> <p>Владеть приемами контроля соблюдения норм поведения членов команды в процессе профессиональной деятельности</p>
ПК-6	<p>Знать основные задачи маркетолога при проведении выставок</p> <p>Уметь разрабатывать стратегии продвижения продукции</p> <p>Владеть навыками корректировки мероприятий по продвижению продукции</p>
ПК-1	<p>Знать современные стратегии формирования спроса на новые строительные материалы</p> <p>Уметь анализировать тенденции спроса на инновационную строительную продукцию</p> <p>Владеть навыками продвижения инновационных строительных материалов</p>
ПК-7	<p>Знать существо и элементы производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Уметь определять направления повышения эффективности производственной деятельности предприятия</p>

	Владеть навыками оценки эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия
--	--

5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Общий объем практики составляет 3 з.е., ее продолжительность – 2 недели.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

6. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

6.1 Содержание разделов практики и распределение трудоемкости по этапам

№ п/п	Наименование этапа	Содержание этапа	Трудоемкость, час
1	Подготовительный этап	Проведение собрания по организации практики. Знакомство с целями, задачами, требованиями к практике и формой отчетности. Распределение заданий. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности.	2
2	Знакомство с ведущей организацией	Изучение организационной структуры организации. Изучение нормативно-технической документации.	10
3	Практическая работа	Выполнение индивидуальных заданий. Сбор практического материала.	84
4	Подготовка отчета	Обработка материалов практики, подбор и структурирование материала для раскрытия соответствующих тем для отчета. Оформление отчета. Предоставление отчета руководителю.	10
5	Защита отчета		2
Итого			108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

7.1 Подготовка отчета о прохождении практики

Аттестация по итогам практики проводится в виде зачета с оценкой на основе экспертной оценки деятельности обучающегося и защиты отчета. По завершении практики студенты в последний день практики представляют на выпускающую кафедру: дневник практики, включающий в себя отзывы руководителей практики от предприятия и ВУЗа о работе студента в период практики с оценкой уровня и оперативности выполнения им задания по практике, отношения к выполнению программы практики и т.п.; отчет по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных заданием на практику задач. В отчете приводится анализ поставленных задач; выбор необходимых методов и инструментальных средств для решения поставленных задач; результаты решения задач практики; общие выводы по практике. Типовая структура отчета:

1. Титульный лист

2. Содержание
3. Введение (цель практики, задачи практики)
4. Практические результаты прохождения практики
5. Заключение
6. Список использованных источников и литературы
7. Приложения (при наличии)

7.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 4 семестре для очной формы обучения, 4 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Экспертная оценка результатов	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
УК-2	Знать состав документации процедуры процесса управления проектом, порядок организации контроля за ходом выполнения проекта	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено	Более 80% от максимального возможного количества баллов	61%-80% от максимального возможного количества баллов	41%-60% от максимального возможного количества баллов	Менее 41% от максимального возможного количества баллов
	Уметь разрабатывать план предпринимательского проекта, определять риски проекта	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	Владеть навыками анализа эффективности предпринимательского проекта	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
УК-5	Знать особенности и этические нормы различных культур членов профессиональной среды в процессе межличностного и профессионального взаимодействия	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	Уметь анализировать профессиональную среду как сферу межкультурного	2 - полное приобретение умения				

	взаимодействия, выявляет возможные проблемные ситуации	1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	Владеть приемами контроля соблюдения норм поведения членов команды в процессе профессиональной деятельности	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ПК-6	Знать основные задачи маркетолога при проведении выставок	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	Уметь разрабатывать стратегии продвижения продукции	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	Владеть навыками корректировки мероприятий по продвижению продукции	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ПК-1	Знать современные стратегии формирования спроса на новые строительные материалы	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	Уметь анализировать тенденции спроса на инновационную строительную продукцию	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	Владеть навыками продвижения инновационных строительных материалов	2 - полное приобретение владения 1 – неполное				

		приобретение владения 0 – владение не приобретено				
ПК-7	Знать существо и элементы производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия	2 - полное освоение знания 1 – неполное освоение знания 0 – знание не освоено				
	Уметь определять направления повышения эффективности производственной деятельности предприятия	2 - полное приобретение умения 1 – неполное приобретение умения 0 – умение не приобретено				
	Владеть навыками оценки эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия	2 - полное приобретение владения 1 – неполное приобретение владения 0 – владение не приобретено				

Экспертная оценка результатов освоения компетенций производится руководителем практики (или согласованная оценка руководителя практики от ВУЗа и руководителя практики от организации).

8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения практики

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник.– М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс: пер. с англ. – М.; СПб; Киев; Вильямс, 2008. – 646 с.
3. Бек М.А. Маркетинг В2В: Учеб. пособие. - М.: ГУ ВШЭ, 2008 -326 с.
4. Невоструев П. Ю. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие / П.Ю. Невоструев. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 199 с.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93160>

8.2 Перечень ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Использование электронных сайтов организаций – объектов практики.

8.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по практике, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Электронные издания <http://www.iprbookshop.ru>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Научно-исследовательская и информационная базы организаций – объектов практики