

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Нигматуллина Танзиля Алтафовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 25.05.2023 12:07:45  
Уникальный программный ключ:  
72a47dccbea51ad439ebc42366ed030bf218f69a

**БАШКИРСКИЙ ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ  
(ФИЛИАЛ) ОУП ВО АКАДЕМИЯ ТРУДА И  
СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Кафедра экономики, информатики и аудита**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОХОЖДЕНИЮ  
ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

(для обучающихся по направлению подготовки  
09.03.03 «Прикладная информатика»)

## **УФА - 2015**

Автор-составитель канд.техн.наук, доцент кафедры экономики, информатики и аудита Быстров А.И.

Рабочая программа и методические указания содержат тематический план ознакомительной практики, порядок ее организации и прохождения, требования к содержанию и оформлению отчета, порядок его защиты.

## **ВВЕДЕНИЕ**

Требованиями государственных образовательных стандартов предусматривается практика по получению первичных профессиональных умений и навыков для студентов всех форм обучения. Целью прохождения практики является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных ими в процессе лекционно-семинарских занятий, овладение практическими навыками самостоятельной работы.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков состоит из трех самостоятельных, но взаимосвязанных практик: ознакомительной, производственной и преддипломной практики по специальности «Прикладная информатика».

Основной целью учебно-ознакомительной практики является ознакомление с работой на предприятиях, учреждениях и организациях, получение сведений о специфике избранной специальности, а также овладение первичными профессиональными умениями и навыками.

### **1. ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ**

#### ***1.1. Общие положения***

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков студентов 3-го курса очной формы обучения по специальности 09.03.03 «Прикладная информатика» является составной частью учебно-воспитательного процесса и проводится в различных организациях по единой программе.

Продолжительность практики - две недели.

Подготовка базы для проведения учебно-ознакомительной практики является функцией отдела организации практики и содействия трудоустройству выпускников и деканата социально-экономического факультета.

Методическое обеспечение и руководство учебно-ознакомительной

практикой студентов по специальности "Прикладная информатика" осуществляет кафедра экономики и менеджмента.

Организация, принимающая студентов, назначает ответственных за практику руководителей из числа квалифицированных и опытных сотрудников, определяет рабочие места практикантов и их функциональные обязанности в соответствии с календарным планом, регламентирует распорядок трудового дня, знакомит с правилами техники безопасности, решает ряд других вопросов, возникающих в период практики.

### ***1.2. Права и обязанности студента-практиканта***

Разрешается прохождение практики в фирме, предлагаемой самим студентом. Для этого необходимо предоставить документы, подтверждающие готовность фирмы принять студента на практику с обязательным указанием реквизитов учреждения и сведений о руководителе организации.

В отделе организации практики и содействия трудоустройству выпускников студент получает направление в организацию, в которой он будет проходить практику, а на кафедре экономики и менеджмента - программу и дневник по прохождению учебно-ознакомительной практики.

В организации студент, как правило, имеет статус практиканта, но может также выполнять функции работника на вакантной должности.

Календарный план прохождения учебно-ознакомительной практики составляется совместно с руководителем от производства и студентом или руководителем без участия студента в соответствии с программой практики. Следует помнить, что программа является общим руководством для всех студентов, проходящих практику в различных организациях. Учитывая их специфику, объективно не все разделы программы могут быть изучены. Например, если организация не осуществляет внешнеторговые сделки, то соответствующий раздел программы не может быть раскрыт.

Ежедневно по рабочим дням студент-практикант ведет дневник практики с кратким описанием выполненных заданий. Студент может по

своему усмотрению вести подробный творческий дневник с внесением в него всей интересующей его фактической информации.

Студент на учебно-ознакомительной практике выполняет все указания руководителей, следуя правилам внутреннего трудового распорядка организации. Отсутствие студента-практиканта на закрепленном рабочем месте считается прогулом. Если прогулы составляют более 30% рабочего времени, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков студенту не засчитывается.

Студент, не прошедший практику по уважительной причине, обязан пройти ее в следующем учебном году. При неуважительной причине пропуска практики студент отчисляется из Академии.

Защита отчета по учебно-ознакомительной практике проводится согласно учебному расписанию с выставлением дифференцированной оценки в зачетную книжку студента. Для защиты студент должен иметь:

- отчет о прохождении практики объемом не менее 10 машинописных страниц;
- дневник учебно-ознакомительной практики с заполненными страницами календарного плана, табеля выходов на практику, с описанием содержания проведенных работ;
- характеристику, данную руководителем от организации и удостоверенную его подписью и печатью организации.

### ***1.3. Права и обязанности руководителя от кафедры***

Руководитель учебно-ознакомительной практики студентов, обучающихся по специальности "Прикладная информатика", назначается приказом директора БИСТ из числа преподавателей кафедры экономики и менеджмента.

Перед началом практики руководитель совместно с представителями отдела организации практики и содействия трудоустройству выпускников и деканатом проводит установочную конференцию, на которой знакомит студентов с программой практики, правами и обязанностями студентов-

практикантов, порядком ведения дневников, требованиями к отчету и его защите. Руководитель практики от кафедры ориентирует студентов на серьезное, ответственное и творческое отношение к данному этапу учебного процесса,

Руководитель от кафедры посещает организации, принимающие студентов на практику, и решает с руководителем от организации вопросы, касающиеся порядка реализации программы учебно-ознакомительной практики, ведения дневника, методики составления календарного плана, соответствия предложенных рабочих мест.

По окончании практики руководитель от кафедры проверяет отчеты студентов, участвует в их защите, готовит справку (отчет) о прохождении практики студентов для отдела организации практики и содействия трудоустройству выпускников, а также докладывает на заседании кафедры о результатах практики.

#### ***1.4. Права и обязанности руководителя от организации***

Руководитель учебно-ознакомительной практики от организации назначается приказом руководителя организации сроком на две недели из числа высокопрофессиональных специалистов.

Руководитель от организации составляет календарный план прохождения учебно-ознакомительной практики, определяет дни групповых занятий и персональные места работы (по возможности) на вакантных должностях.

В календарном плане должны быть указаны ответственные лица в подразделениях, куда может быть направлен студент. Назначение ответственных лиц и даты пребывания студентов в различных подразделениях должны быть с ними предварительно согласованы.

Руководитель от организации несет ответственность за подготовку рабочих мест при проведении практики в этой организации, выплаты заработка студентам, временно занимающим вакантные ставки.

Руководитель от организации дает разрешение на посещение

практикантами производственных совещаний, планерок и других производственных мероприятий.

Перед началом и по окончании учебно-ознакомительной практики руководитель от организации проводит собеседование. Во время практики он консультирует студента-практиканта, поручает задания, контролирует их исполнение, регулярно подписывает табель выходов студента на практику и контролирует ведение дневника практики. По окончании практики руководитель дает характеристику на студента-практиканта, удостоверяет подписью и печатью характеристику и дневник практики.

Большое значение имеют анализ результатов практики с учетом предложений и замечаний студентов-практикантов, а также обсуждение с руководством организации и руководителем от кафедры БИСТ полноты выполнения программы практики и степени участия практикантов в работе организации.

## **2. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ**

### ***2.1. Структура и содержание отчета***

Структура отчета должна быть четкой и обоснованной, чтобы была видна логика его написания. В нем не должно быть противоречий, повторений, устаревших сведений, грубых грамматических и стилистических ошибок.

В отчете должны быть отражены все разделы программы (названия структурных элементов отчета могут совпадать с названиями разделов программы), за исключением тех, которые объективно не могли быть изучены и не включены в календарный план руководителем практики от организации.

Каждая структурная часть отчета должна начинаться с новой страницы. Слова заголовка нельзя подчеркивать и переносить. Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Не допускается одновременное использование в тексте напечатанных и рукописных

отдельных букв и цифр. Текст на иностранных языках может быть целиком вписан от руки в машинописный текст.

Объем отчета не ограничен, но не менее 10 машинописных страниц.

## ***2.2. Титульный лист***

Титульный лист должен содержать: название вуза, факультета, на котором учится студент, название выпускающей кафедры, вид работы, фамилию, инициалы и академические звания преподавателя, фамилию и инициалы студента, форму обучения, номер группы, к которой он принадлежит, место прохождения практики, название города, в котором находится вуз, и год написания данной работы. Образец оформления титульного листа отчета смотрите в *Приложении А*.

## ***2.3. Оглавление***

Отчет должен состоять из введения, основной части, заключения и списка документов и литературы. Основная часть, как правило, разбивается на две или три главы. Текст должен соответствовать оглавлению как по содержанию, так и по форме. Необходимо следить, чтобы названия глав в тексте соответствовали оглавлению. Для каждого структурного элемента в оглавлении должна быть указана страница текста.

## ***2.4. Введение***

Во введении следует отразить актуальность проведения учебно-ознакомительной практики, указать особенности деятельности конкретной организации, в которой проводилась практика, ее основные и второстепенные направления. Во введении необходимо указать те разделы программы, которые изучались более подробно. Это зависит, как отмечалось ранее, от специфики организации, в которой будет проводиться практика, и особенностей развития того или иного направления.

Объем введения составляет примерно одну - две страницы.

## ***2.5. Основная часть***

Эта часть работы является главным информационным элементом отчета. В ней приводятся конкретные сведения, полученные в конкретной



организации, отражающие один или несколько разделов программы практики, в зависимости от подразделений и служб, в которых студент проходил практику. Информация, собранная в период прохождения практики, должна быть достоверной, ясно и последовательно изложенной. Для подтверждения достоверности необходимо в отчете делать ссылки на соответствующие документы.

Большую помощь при оформлении основной части отчета оказывает дневник практики, в котором должна быть последовательно отражена вся выполняемая работа. Однако структура основной части отчета строится исходя из соображений целостности раскрытия какого-либо вопроса. Так, например, если студент каждый день изучал одновременно несколько вопросов, то в отчете следует обобщить все сведения, собранные за период практики, и логично их изложить.

## ***2.6. Заключение***

В заключении необходимо суммировать всю информацию, полученную в данной организации, проанализировать ее и сделать соответствующие выводы об уровне деятельности организации по различным направлениям, а также дать предложения об улучшении ее работы.

Объем заключения, как правило, составляет одну - две страницы.

## ***2.7. Список использованных документов и литературы***

Для отчета по практике характерно использование документальных источников (законы, подзаконные акты, постановления Правительства, ведомственные приказы и распоряжения, стандарты, технические условия и другие нормативные документы), реже учебной литературы.

Каждый источник информации в списке нумеруется, а в тексте отчета посредством указания соответствующего номера даются на него ссылки.

Оформление библиографических сведений о разных литературных источниках (книге, статье в журнале или сборнике трудов, законодательном

или нормативном документе и т.д.) несколько отличается. Однако все они должны содержать: фамилию и инициалы автора (если таковой имеется); полное название книги; после косой черты - данные о переводчике (если это перевод) или редакторе (если книга написана группой авторов); после тире - название города, в котором издана книга; после двоеточия - название издательства, которое ее выпустило; и, наконец, после запятой - год издания.

## **2.8. Техника оформления отчета**

Отчеты по практике следует оформлять в соответствии с требованиями государственных стандартов, регламентирующих правила оформления академических работ (ГОСТ 7.32-91, ГОСТ 7.9-77).

В соответствии со стандартами текст печатается на бумаге формата А 4, через два интервала, 14 кеглем. Размеры полей: левого - 30 мм, правого - 10 мм, верхнего и нижнего - по 20 мм; абзацев - 0,5 мм.

Все рисунки, таблицы, схемы, диаграммы в тексте нумеруются арабскими цифрами. Рисунки, схемы и диаграммы подписываются, таблицы - надписываются (над правым верхним углом таблицы). Каждая таблица, рисунок, схема или диаграмма должны иметь название, которое располагается посередине страницы. При перенесении таблицы на другую страницу название ее граф следует повторить.

В отчете не допускается сокращенное написание слов и выражений.

Однако можно применять некоторые общепринятые сокращения:

- буквенные аббревиатуры;

- сложносокращенные слова;

- условные графические сокращения по начальным буквам слов или частям слов.

Буквенные аббревиатуры состояются из первых букв полных наименований. Они бывают общепринятыми («вуз», «РФ», «НДС», "ЛТиСО"), а могут быть и авторскими. Если есть необходимость обозначить какой-то термин аббревиатурой, укажите ее в скобках после первого же упоминания данного термина. Например: «внешнеэкономическая

деятельность» (ВЭД), и далее можно употреблять эту аббревиатуру без расшифровки.

Сложносокращенные слова состояются из сочетания усеченных и полных слов («Госстандарт» - Государственный комитет Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации) или только усеченных слов ("Турагентство" - туристическое агентство).

Существуют также общепринятые условные графические сокращения по начальным буквам слов или частям слов: «т.е.» (то есть), «и т.д.» (и так далее), «и т.п.» (и тому подобное), «и др.» (и другое), «и пр.» (и прочее), «вв.» (века), «гг.» (годы), «н.э.» (нашей эры), «обл.» (область), «гр.» (гражданин), «доц.» (доцент), «акад.» (академик). В ссылках употребляются - «см.» (смотри), «ср.» (сравни).

Не допускаются сокращения слов «так называемый» (т.н.), «так как» (т.к.), «например» (напр.), «около» (ок.), «формула» (ф-ла).

Данные о разных литературных, периодических и иных источников (книг, статей в журнале и сборнике трудов, законодательных или нормативных документов, балансовых отчетов) несколько различаются. Однако все они должны содержать: а) фамилию и инициалы автора; б) полное название книги; в) данные о переводчике (если это перевод) или о научном (ответственном) редакторе, если эта книга написана группой авторов; г) название города, в котором издана книга; д) название издательства, которое ее выпустило; е) год издания (Приложение В).

Каждый литературный источник в списке нумеруется, а в тексте отчета можно дать ссылку на этот источник посредством указания соответствующего номера.

При подготовке отчета по практике особое внимание следует обращать на действующие законодательные и нормативные документы, инструкции, положения, рекомендации, нормативы, стандарты.

Иллюстративный материал в виде графиков, диаграмм, схем, таблиц, рисунков, фотографий дается в отчете по ходу изложения текста.

### **3. ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

#### ***3.1. Характеристика предприятия***

Правовой статус, история и концепция развития предприятия (фирмы, компании), учредительные документы предприятия. В отчете указать месторасположение предприятия, документацию по лицензированию, аттестации и аккредитации предприятия.

#### ***3.2. Организационная структура управления организацией***

Организационная структура организации: состав подразделений, их функции, соподчиненность, взаимодействие, Положения о подразделениях. Деятельность органов административного управления, распределение обязанностей, регламент работы высшего управленческого звена. Структура организации по оптимальности, оперативности, экономичности. Соответствие организационных структур целям бизнеса и потокам информации.

#### ***3.3 Управление кадрами***

Информация о кадровом составе организации: квалификационная структура, численность. Анализ обеспеченности объекта исследования персоналом, анализ движения персонала. Работа с кадрами в организации: планирование, подбор, расстановка, аттестация, повышение квалификации, стимулирование труда, разработка должностных инструкций и др. Содержание должностных инструкций для менеджеров разных уровней управления. Тарифно- квалификационный справочник. Положение с укомплектованностью рабочих мест, условиями и оплатой труда. Система материального стимулирования труда наемных работников: премирование, система дивидендов, участие в прибылях.

#### ***3.4. Управление офисом (подразделением)***

Способы коммуникаций при обмене информацией. Организация потоков входящей и исходящей письменной информации в офисе. Номенклатура дел в офисе, методы их классификации и поиска документов. План компьютеризации организации. Работа электронной почты E-mail. Средства автоматизации рабочего места менеджера среднего (высшего)

звена.

### ***3.5. Управление качеством выпускаемой продукции***

Анализ факторов, формирующих качество: организация входящего контроля качества сырья и материалов, периодичность наладки технологического оборудования, повышение квалификации персонала организации и т.д. Анализ факторов, стимулирующих качество: система обеспечения материальной заинтересованности сотрудников и применения санкций за выпуск продукции ненадлежащего качества. Анализ факторов, сохраняющих качество: организация мероприятий по упаковке и маркировке продукции, обеспечение необходимых условий транспортирования и хранения продукции.

### ***3.6. Управление снабженческо-сбытовой деятельностью предприятия***

Формирование сбытовой сети: подбор партнеров по сбыту, заключением договоров (соглашений); Рекламные и нерекламные методы продвижения продукта на рынок; Знакомство с каталогами продукции, выпускаемыми нашим предприятием и конкурентами; Знакомство с подготовкой и участием предприятия в выставках.

### ***3.7. Маркетинговая деятельность организации***

Виды организационных структур служб маркетинга в организации. Задачи и функции подразделений служб маркетинга по конъюнктуре рынка, спросу и рекламе продукции (работ, услуг). Задачи и функции отдела сбыта. Взаимосвязь службы маркетинга с другими подразделениями организации. Средства массовой коммуникации. Техника создания рекламы. Анализ успешности рекламной политики и расходуемый на нее бюджет. Участие практикантов в оформлении или распространении средств рекламы.

Целью маркетингового анализа является изучение окружения организации с точки зрения отдельных опасностей, возможностей, которые вытекают из состояния такого окружения; определение потенциала успеха. Основные

направления маркетингового анализа:

**Исследование тенденций изменения внешней среды.** Анализ всех существенных изменений внешнего окружения организации; оценка степени динамики и неопределенности внешней среды; выделение факторов внешней среды, представляющих угрозу (риск) для организации и возможности (шансы) для достижения поставленных целей (таблица Б.29);

**Изучение платежеспособного спроса на продукцию.** Анализ потребностей, потребителей; сегментация рынка; анализ факторов, формирующих спрос; эластичность спроса по цене и доходам потребителей (таблицы Б.30, Б.31, Б.32);

Оценка конкурентоспособности продукции и изыскание резервов повышения ее уровня. Функционально-потребительские свойства продукции; надежность, долговечность; конструктивные показатели; экологические показатели; показатели безопасности; патентно-правовые показатели; себестоимость продукции (услуг); цена на продукцию (услугу); формы сбыта продукции;

**Анализ рынков сбыта продукции.** Анализ динамики рынков сбыта и их доходности, анализ положения товаров на рынках сбыта; основные движущие силы отрасли (таблица Б.33);

**Анализ конкурентных сил в отрасли и их влияние на ее привлекательность.** Соперничество между фирмами внутри отрасли; новые конкуренты внутри отрасли; угрозы со стороны заменителей товара; сила поставщиков основных ресурсов; сила покупателей /потребителей; характеристика позиции основных конкурентов в отрасли; сопоставление преимуществ и недостатков позиции организации по отношению к основным конкурентам; факторы, обеспечивающие конкурентоспособность организации (таблицы Б.34, Б.35, Б.36, Б.37);

**Анализ ценовой политики.** Факторы, определяющие ценовую политику; сравнительный анализ уровня цен.

Рекомендуемые формы таблиц для проведения аналитического исследова-

дования приведены в приложении «Б».

**ОБРАЗЕЦ  
ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ**

**БАШКИРСКИЙ ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
(ФИЛИАЛ) АКАДЕМИИ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
Кафедра экономики, информатики и аудита**

**ОТЧЕТ  
ПО УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ**

(название организации)

---

Специальность 09.03.03  
«Прикладная информатика»

Подготовил

Студент  
\_\_\_\_\_ группы  
Ф.И.О \_\_\_\_\_

Руководит  
ель практики от организации  
Ф.И.О \_\_\_\_\_

Должность  
\_\_\_\_\_

Руководитель  
практики от кафедры  
Ф.И.О \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

---

Уфа-2015



## ПРИЛОЖЕНИЕ «Б»

### Аналитические таблицы по оценке социально-экономического состояния организации

Таблица Б.1 - Динамика производства и реализации продукции в сопоставимых ценах

Год	Объем производства продукции, млн. руб.	Темпы изменения, %		Объем реализации продукции, млн. руб.	Темпы изменения, %	
		базисные	цепные		базисные	цепные
	П	$T_{\text{б}} = (P_i / P_0) \times 100$	$T_{\text{ц}} = (P_i / P_{i-1}) \times 100$	Р	$T_{\text{б}} = (P_i / P_{\text{б}}) \times 100$	$T_{\text{ц}} = (P_i / P_{i-1}) \times 100$
XXX 1	По П <sub>1</sub>					
XXX 2	П <sub>2</sub>					
<p>Среднегодовой темп изменения: <math>T = m \sqrt{T_{\text{ц1}} * T_{\text{ц2}} * \dots * T_{\text{ци}}}</math></p> <p>Среднегодовой темп прироста (спада): <math>T_{\text{пр}} = T - 100</math></p> <p>Примечание: Темпы изменения и темпы прироста (спада) рассчитываются как для объемов производства и реализации конкретного товара, так и для организации в целом, строятся графики динамики объемов производства и реализации конкретного товара, совмещенные графики объемов производства и реализации по фирме в целом и др.</p>						

Таблица Б.2 - Выполнение плана производства (реализации) продукции

Наименование продукции	Объем производства (реализации) продукции, тыс. руб.			
	План	Факт	Абс. откл., +/-	% к плану
	П	Ф	Ф-П	(Ф/П) x100
А				
Б				
Итого				

Таблица Б.3 - Структура ассортимента методом ABC - анализа (условный пример)

Данные для проведения ABC- анализа				
Номер товара / услуги	Объем реализации, тыс. руб.	Доля, %	Порядковый номер ранга товара	
А	65	4,53	6	
Б	155	10,8	4	
В	400	27,87	2	
Г	135	9,41	5	
Д	260	18,12	3	
Е	420	29,27	1	
Итого	1435			
Результаты ABC-анализа				
Ранг товара	Доля, %	Наименование товара	Куммулятивная (суммарная) доля, %	Группа
1	29,27	Е	29,27	
2	27,87	В	57,14	Группа А
3	18,12	Д	75,26	
4	10,8	Б	86,06	Группа В
5	9,41	Г	95,47	
6	4,53	А	100	Группа С
Примечание. Вес товары, которые попадают в первые 75% суммы долей, относятся к группе А. Если товары попадают в промежуток между 75 и 95%, то эти товары относятся к группе В. Все товары, которые не вошли в эти группы, относятся к группе С.				

Таблица Б.4 - Ритмичность работы организации в течение года

Показатели	I квартал		II квартал		III квартал		IV квартал		Итого за год	Сред. кв. объем
	Сумм	Уд.	Сумм	Уд.	Сум	Уд.	Сумм	Уд.		
Объем реализации продукции (работ, услуг).										

Таблица Б.5 - Влияние цен на объем реализации

№ п/п	Показатели	Базисный год	Отчетный год	Изменение (+; -)	Темп изменения, %
1.	Объем реализации продукции, тыс. руб.				
2.	Количество изделий, тыс. шт.				
3.	Средняя цена изделия, руб.				

Таблица Б.6 – Сезонность продукции

Таблица Б.7 - Управление персоналом

Месяц	Объем реализации, тыс. руб.	Коэффициент сезонности
Январь Февраль Март		
Итого за I квартал		
Апрель Май Июнь		
Итого за II квартал		
Июль Август Сентябрь		
Итого за III квартал		
Октябрь Ноябрь Декабрь		
Итого за IV квартал		
Итого за год		
Примечание: Коэффициент сезонности = месячный объем реализации / среднемесячный объем реализации.		

Наименование показателя	Прошлый год	Отчетный год	Абсолютное отклонение	Темп изменения, %
Весь персонал в том числе: Промышленно-производственный персонал из них: рабочие служащие Непромышленный персонал				

Таблица Б.8 - Движение промышленно-производственного персонала

Наименование показателя	Прошлый год	Отчетный год	Изменения
1. Среднесписочная численность персонала, чел.			

2. Количество принятого на работу персонала, чел.			
3. Количество уволенного с работы персонала, чел.			
4. Количество уволившихся по собственному желанию и за нарушение трудовой дисциплины, чел.			
5. Количество работников, проработавших весь год чел.			
6. Коэффициент оборота по приему (п.2/п.1)			
7. Коэффициент оборота по выбытию (п.3/п.1)			
8. Коэффициент текучести кадров (п.4/п.1)			
9. Коэффициент постоянства персонала (п.5/п.1)			
10. Коэффициент замещения (п.2-п.3/п.1)			

Таблица Б.9 - Эффективность использования персонала

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменение (+;-)	Темп изменения, %
Объем реализации продукции (без НДС), тыс. руб.				
Среднесписочная численность работников,				
Среднегодовая выработка продукции на одного работающего, тыс. руб.				
Среднегодовая заработная плата одного работающего, тыс. руб.				
Коэффициент опережения отношения темпов изменения выработки к темпу изменения заработной платы				

Таблица Б.10 - Показатели эффективности использования фонда оплаты труда

Показатель	Прошлый	Отчетный год
------------	---------	--------------

	ГОД	План	Факт
Производство товарной продукции на рубль зарплаты,			
Сумма валовой прибыли на рубль зарплаты, руб.			
Сумма чистой прибыли на рубль зарплаты, руб.			
Отчисления в фонд накопления на рубль зарплаты, руб.			

Таблица Б.11 - Наличие, движение и структура основных фондов

Группа основных средств	Наличие на начало года		Поступило за год		Выбыло за год		Наличие на конец года	
	Тыс. руб.	Удел, вес, %	Тыс. руб.	Удел, вес, %	Тыс. руб.	Удел, вес, %	Тыс. руб.	Удел, вес, %
	Ф нач.		Ф		Ф выб.		Ф кон.	
Промышленно-производственные основные фонды								
Непроизводственные основные фонды								
Всего основных фондов в том числе: активная часть								

Таблица Б.12 - Движение основных фондов

Показатель	Алгоритм расчета	Величина показателя, тыс. руб.
Коэффициент поступления основных средств	$\Phi \text{ пос.} / \Phi \text{ кон.}$	
Коэффициент выбытия основных фондов	$\Phi \text{ выб.} / \Phi \text{ нач.}$	
Коэффициент прироста основных фондов	$(\Phi \text{ пост.} - \Phi \text{ выб.}) / \Phi \text{ кон.}$	

Таблица Б.13 - Эффективность использования основных фондов

№ п/п	Показатель	План	Факт	Отклонение, +/-
1.	Объем производства и реализации продукции, тыс: руб.			
2.	Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.			
3.	Среднегодовая стоимость, тыс. руб.: основных производственных фондов активной части			
4.	Фондоотдача, руб. (п. 1/п. 3) основных производственных фондов активной части			
5.	Фондоемкость, руб. (п. 1/п. 3)			
6.	Фондорентабельность, % (п. 2/п. 3x100)			
7.	Доля прироста объема производства в результате повышения фондоотдачи, % ((Тоб – Тоф) x100/(Тоб-100))			

Таблица Б.14 - Затраты на производство

Элементы затрат	Сумма, млн.		руб.	Структура затрат, %		
	план	факт	+.-	план	факт	+.-
Материальные затраты						
Затраты на оплату труда						
Сумма ЕСН						
Амортизация основных фондов						
Прочие затраты						
Полная себестоимость				100,0	100,0	-
В том числе: переменные расходы						
Постоянные расходы						

Таблица Б.15 - Динамика затрат на 1 рубль реализованной продукции

№ п/п	Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменение (+; -)	Темп изменения, %
1.	Выручка от реализации продукции (работ, услуг) без НДС и акцизов, млн. руб.				
2.	Затраты на производство реализованной продукции (работ, услуг) млн. руб.				

3.	Затраты на 1 рубль реализованной продукции (работ, услуг), коп.				
----	---	--	--	--	--

Таблица Б.16 - Обследование функций маркетинга

Факторы	Успех	Неудачи
Реакция на рыночный спрос Применяемые концепцией стратегии Политика цен, конкурентоспособность цен Наличие «Классификатора по продукту — 1/2» Рекламная деятельность Степень известности, работа с общественностью Каналы распределения Сбыт и техники продаж Работа с клиентами		

Таблица Б.17 - Оценка производственного потенциала

№ n/n	Факторы производственного потенциала	Характеристика
1	Широта и полнота ассортимента	
2	Тип применяемой технологии	
3	Тип и состояние основных фондов	
4	Контроль качества, его эффективность (действенность)	
5	Основные поставщики и их надежность	
6	Организация обслуживания и планирования производства	
7	Состояние безопасности производства	
8	Прямые издержки производства продукции	
9	Производительность	



Таблица Б.18 - Оценка потенциала НИОКР

№ п/п	Факторы потенциала НИОКР	Характеристика
1.	Наличие собственных рыночно ориентированных исследований и разработок	
2.	Уровень технологической компетенции данной службы	
3.	Уровень знаний и опыта тех, кто руководит и проводит	
4.	Прогрессивность структуры исследований и разработок	
5.	Успехи и неудачи службы НИОКР	

Таблица Б.19 - Оценка потенциала персонала

№ п/п	Факторы потенциала персонала	Характеристика
1	Структура персонала	
2	Степень мастерства	
3	Условия найма	
4	Политика комплектования кадров	
5	Текущая текучесть кадров	
6	Обучение и повышение квалификации сотрудников	
7	Система оценки персонала	
8	Оплата труда и ее мотивация	

Таблица Б.20 - Сравнительный аналитический баланс (тыс. руб)

Наименование статей	Усл. обоз.	Величина статьи, тыс. руб.			Темп изменения, %	В % к валюте баланса		
		Н.Г.	К.Г.	Изм.		Н.Г.	К.Г.	Изм.
Активы								
Оборотные активы в том числе:								
Денежные средства и их эквиваленты	A1							
Дебиторская задолженность	A2							
Товарно – материальные запасы	A3							
Внеоборотные активы в том	A4							
Основные средства								
Баланс						100	100	X

Пассивы								
Краткосрочные обязательства в том числе:								
Кредиторская задолженность	П 1							
Краткосрочные займы и кредиты	П 2							
Долгосрочные обязательства	П 3							
Собственный капитал в том	П 4							
Нераспределенная прибыль (непокрытый								
Баланс						100	100	X
Величина собственных оборотных средств								
Чистые активы								

Таблица Б.21 - Управление имуществом

Актив баланса	Абсолютная сумма, млн. руб.		Удельный вес, %		Изменения	
	на начало года	на конец	на начало	на конец года	млн. руб.	%
Стоимость всего имущества (всех активов) в том числе: -недвижимое имущество (основные средства и внеоборотные активы) из них: -основные средства и капиталовложения - оборотный капитал (текущие активы) из них: -производственные запасы - денежные средства - средства в расчетах - прочие оборотные средства						

Таблица Б.22 - Изменения в источниках имущества

Пассивы	Абсолютная сумма, млн. руб.		Удельный вес, %		Изменения	
	на начало года	На конец года	На начало года	На конец года	в абсолютной сумме	Удельный вес, %
Всего источников имущества (весь капитал) в том числе: - Собственный капитал в обороте - Заемный капитал из них: -долгосрочные займы -краткосрочные займы - кредиторская задолженность						

Таблица Б.23- Управление финансами

Показатели	На начало года	На конец года	Изменения	
			В абсолютной сумме	Темп роста, %
Общая ликвидность (общий коэффициент покрытия) Промежуточный (с учетом ожидаемого поступления средства) коэффициент ликвидности. Коэффициент покрытия товарными запасами. Абсолютный (срочный) коэффициент ликвидности Коэффициент ликвидности, исходя из наличия денежных средств.				

Таблица Б.24 - Оценка структуры баланса

показатель	На начало периода	На конец периода	Норма коэффициента
Коэффициент текущей ликвидности Коэффициент обеспеченности собственными средствами Коэффициент восстановления платежеспособности Коэффициент утраты платежеспособности			

Таблица Б.25 - Состав и динамика прибыли (тыс.руб)

№ п/п	Показатель	Предшествующий год	Отчетный год	Отклонение, +/-	Темп изменения, %	Влияние на изменение чистой прибыли, + / -
1.	Выручка от продаж					
2.	Себестоимость продаж					
3.	Валовая прибыль					

4.	Коммерческие расходы					
5.	Управленческие расходы					
6.	Прибыль (убыток) от продаж					
7.	Сальдо операционных доходов и расходов					
8.	Сальдо внереализационных доходов и расходов					
9.	Прибыль до уплаты налогов					
10.	Налог на прибыль					
11.	Чистая прибыль					
12.	Удельный вес чистой прибыли в прибыли до уплаты налогов				-	-

Таблица Б.26 - Использование прибыли

Наименование показателя	На конец отчетного периода	Удельный вес (%) от балансовой прибыли
Балансовая прибыль (убыток) Платежи в бюджет. Отчисления в резервный (страховой) фонд. Отвлечено на: - фонды накопления - фонды потребления - благотворительные цели - другие цели		

Таблица Б.27 - Показатели рентабельности (в %)

Показатель	Среднеотраслевое значение	2003 г.	2004 г.	2005 г.
Рентабельность реализации %				
Рентабельность активов				
Рентабельность чистых активов				
Рентабельность собственного капитала				
Рентабельность заемного капитала				

Таблица Б.28 - Показатели оборачиваемости средств

Таблица Б.29 - Перечень внешних опасностей и возможностей организации

Внешние возможности				Внешние опасности					
Показатели	Абсолютная сумма, млн. руб.			Коэффициенты оборачиваемости			Срок оборачиваемости, дни		
	Базовый год	Отчетный год	Изменения (+/-)	Базовый год	Отчетный год	Изменения (+/-)	Базовый год	Отчетный год	Изменения (+/-)
Объем реализации без НДС и акцизов Все активы Текущие активы Запасы и затраты Задолженность покупателей Собственный капитал									

Таблица Б.30 - Управление маркетинговой деятельностью

Постановка вопроса при исследовании объекта	Характеристика и оценка фактического состояния дел	Прогноз положения дел, оценка его показателей
На каких рынках действует организация		
Какова общая емкость рынка		
Доля рынка организации		
Уровень насыщения рынка		
Темпы роста рынка		
Каковы основные сегменты рынка		
Какова емкость каждого сегмента		
Каковы прогнозируемые изменения и их причины		
Какие действия необходимо предпринять организации в ответ на изменения		



Какова конъюнктура по каждому из рынков организации на них		
Где могут быть созданы новые рынки для товаров организации		
Что влияет на спрос по отношению к товарам организации (перечислить положительные и отрицательные факторы)		

Таблица Б.31 - Анализ потребителей

Потребители	Объем приобретаемой продукции	
	абсол., тыс. руб.	относ., в %%
1.....		
2.....		
Итого		100

Таблица Б.32 - Анализ сегментов рынка

Сегмент рынка	Количество покупателей	Характеристик а потребителей	Основные требо- вания потребителей к предлагаемым продуктам

Таблица Б.33 - Данные о положении товара «А» за последние 5 лет

Показатели	Ед. изм.	Значение показателя по годам				
Объем сбыта товара на рынке	ед					
Доля товара на рынке	%					
Цена единицы товара	руб					
Издержки на единицу продукции	руб					
Валовая прибыль на единицу товара	руб					
Накладные расходы	руб					
Чистая прибыль	руб					
Расходы на рекламу	руб					

Таблица Б.34 - Структура конкурентных сил в отрасли

основные конкурентные силы	Факторы, определяющие конкурентную силу	Весомость, %	Приоритетность влияния
Конкуренция внутри отрасли			
Угроза появления новых конкурентов			
Угроза со стороны товаров-заменителей			
Сила позиции поставщиков			
Сила позиции покупателей			

Таблица Б.35 - Анализ конкурентов

Анализ конкурентов	
Кто основные конкуренты предприятия?	i. _____ ii. _____ iii. _____ iv. _____ v. _____
Каковы их сильные и слабые стороны?	Сильные стороны 1. _____ 2. _____ 3. _____  Слабые стороны 1. _____ 2. _____ 3. _____
Какие стратегии по маркетингу используют конкуренты.	
Какие выводы относительно наступательной стратегии можно для себя сделать из слабых сторон конкурентов.	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____
Какие новые конкуренты могут появиться? (заменители, изделия побоч-	

ного характера.)	
В каком состоянии их дела - стабильны, на подъеме или идут на спад?	
Доля рынка предприятий - конкурентов	

Таблица Б.36 - Конкурентные преимущества организации

Запросы потребителей	Что может предложить конкурент	Что может предложить наша организация
Качество продукта		
Исключительность продукта		
Уровень цен		
Ассортимент		
Формы обслуживания		
Местонахождение (близость / доступность)		
Полнота информации		
Своевременность поставок		
Помощь в использовании продукта		
Продукт в комплексе		
Вежливое обращение		

Таблица Б.37 - Сравнительный анализ преимуществ по рынкам

Область сравнения	Рынок А		Рынок Б		Рынок В	
	Мы	Конкурент	Мы	Конкурент	Мы	Конкурент
Реклама						
Размещение						
Продукты						
Услуги						
Цены						
Имидж						

Таблица Б.38 - Обобщение основных показателей конкурентоспособности

Показатели	Анализируемой организации			Аналогичных организаций	
	Базовый	Отчет- ный	Отклонение (+,-)	№1	№2
	1	2	3	4	5
1 группа. Показатели финансового состояния 1.1. Коэффициент автономности 1.2. Коэффициент обеспеченности собственным оборотным капиталом 1.3. Коэффициент общей (текущей) ликвидности 1.4. Коэффициент абсолютной ликвидности					
2 группа. Показатели деловой активности 2.1. Коэффициент оборачиваемости актива 2.2. Коэффициент оборачиваемости текущих активов 2.3. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности					
3 группа. 3.1. Общая рентабельность предприятия 3.2. Чистая рентабельность 3.3. Рентабельность продукции 3.4. Чистая рентабельность собственного капитала					

Таблица Б.39 - Стратегический SNW-анализ внутренней среды организации

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S	N	W
1	2	3	4
Стратегия организации			
Бизнес стратегии			-
Организационная структура			
Общее финансовое положение			
Конкурентоспособность продукта			
Структура затрат (уровень себестоимости)			
Дистрибуция как система реализации продукта			
Информационная технология			
Инновации как способность к реализации на рынке новых продуктов			
Способность к лидерству всего персонала			
Уровень производства (в целом), в том числе			
- качество материальной базы			
- качество ключевых производственных специалистов			
- качество рабочих основного производства			
Уровень маркетинга			
Уровень менеджмента			
Качество персонала			
Качество торговой марки			
Репутация на рынке			
Репутация как работодателя			
Отношения с органами власти			
Отношения с профсоюзами			
Отношения со смежниками			
Инновации как исследования и разработки			
Послепродажное обслуживание			
Степень вертикальной интегрированности			
Корпоративная культура			
Стратегические альянсы.			

Таблица Б.40 - SWOT-матрица

	Возможности 1... 2...	Угрозы 1... 2...
Сильные стороны 1.. 2...	Поле СИВ	1 Поле СИУ 2
Слабые стороны 1 .. 2...	Поле СЛВ	3 ПолеСЛУ 4

# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Общие положения.....	3
1.2. Права и обязанности студента-практиканта.....	4
1.3. Права и обязанности руководителя от кафедры.....	5
1.4. Права и обязанности руководителя от организации.....	6
2. ТРЕБОВАНИЯ К оформлению ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ.....	7
2.1. Структура и содержание отчета.....	7
2.2. Титульный лист.....	8
2.3. Оглавление.....	8
2.4. Введение.....	8
2.5. Основная часть.....	8
2.6. Заключение.....	9
2.7. Список использованных документов и литературы.....	9
2.8. Техника оформления отчета.....	10
3. ПРОГРАММА ПРАКТИКИ.....	12
3.1. Характеристика предприятия.....	12
3.2. Организационная структура управления организацией.....	12
3.3. Управление кадрами.....	12
3.4. Управление офисом (подразделением).....	12
3.5. Управление качеством выпускаемой продукции.....	13
3.6. Управление снабженческо-сбытовой деятельностью предприятия.....	13
3.7. Маркетинговая деятельность организации.....	13
ПРИЛОЖЕНИЕ «А».....	16
ПРИЛОЖЕНИЕ «Б».....	17
СОДЕРЖАНИЕ.....	39