федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

 «Волгоградский государственный медицинский университет»

Министерства здравоохранения

Российской Федерации

Институт общественного здоровья им. Н.П. Григоренко

кафедра экономики и менеджмента

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО |  | УТВЕРЖДАЮ |
| подпись |  | подписьк.э.н., доцент С.Ю. Соболева |
| и.о. фамилия руководителя |  | заведующая кафедрой экономики и менеджмента |
| практики от организации |  |  |

МП

**Рабочий календарный план**

**прохождения**

**учебной практики (ознакомительной практики)**

Студентом \_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. студента)

направления подготовки: 38.03.02 «Менеджмент», группы бМ301оз

Срок прохождения практики: с «14» июня 2025 г. по «27» июня 2025 г.

База прохождения практики: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дата (период)** | **Содержание проведенной работы** | **Оценки, замечания и предложения по работе** |
| 14.06.2025 | Ознакомление с календарно-тематическим планом практики, индивидуальным заданием (при его наличии), правилами внутреннего трудового распорядка, инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности |  |
| Формирование индивидуальных заданий. |  |
| 16.06.2025-20.06.2025 | Выбор тематики индивидуальных заданий учебно-исследовательской работы по практике |  |
| Выполнение индивидуальных заданий. |  |
| Студент должен провести анализ по следующим направлениям:*Общая характеристика предприятия*. Студент должен получить информацию и уточнить:- миссию и имидж предприятия;- цели и задачи предприятия; масштаб деятельности предприятия;- состояние внутренней и внешней среды организации;- материальные и информационные потоки внутри и вне предприятия;- степень механизации и автоматизации производства и про­цессов управления;- уровень специализации, кооперирования и концентрации производства;- организационную структуру производства (организационно-правовые формы структурных подразделений и характер организа­ционных отношений между ними);- производственную структуру предприятия (технологический аспект): - стратегию и тактику управления предприятием;- инновационный потенциал организации и возможности его реализации;- уровень организационной культуры.*. Организационная структура управления.* По данному разделу студент должен изучить:- организационную структуру управления деятельностью предприятия с учетом его организационно-правовой формы;- характер организационных отношений между структурными подразделениями;- компоненты организационной структуры: линейные подразделения (управление основным производством), функциональные и штабные структурные подразделения, обеспечивающие структурные подразделения:- *Стратегическое управление на предприятии.* По данному разделу студенту необходимо:- сделать диагностику макроокружения организации;- выполнить анализ непосредственного окружения организации и оценить ее конкурентный позиции;- дать комплексный анализ внутренней среды организации и ее конкурентного потенциала;- оценить существующую стратегию предприятия (миссию, цели) и возможные варианты стратегических изменений.*Управление производством.* Данный раздел предполагает изучение:- производственной функции предприятия;- технологий и материалопотоков на предприятии;- структуры организационной системы, включающей подсистемы обеспечения, планирования и контроля;- оперативного планирования выпуска продукции; - нормирования труда и управления запасами;- календарного планирования и диспетчеризации производства;- мотивации и стимулирования труда в целях активизации человеческого фактора;- управления производством на уровне высшего руководства, руководителей среднего и низшего звена. *Инновационная деятельность.* По данному разделу программы необходимо изучить:- инновационную стратегию и политику предприятия;- систему управления инновационной деятельностью на предприятии;- общую характеристику инновационного потенциала предприятия;- выполнить факторный анализ составляющих потенциала;- дать оценку этапов инновационного процесса на предприятии;- комплексную оценку поддержки инновационной деятельности;- конкретные инвестиционно-инновационные программы и проекты;- возможные организационные изменения для реализации инновационной стратегии предприятия.*Управление персоналом.* Необходимо изучить кадровый потенциал предприятия и его формирование, в том числе:-профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров (по категориям персонала);-планирование и прогнозирование потребности в рабочей силе (по категориям персонала);- процесс подбора кадров руководителей и специалистов;- систему материального и морального стимулирования; - функции управленческого персонала;- требования, предъявляемые к работникам аппарата управления, их соответствие квалификационным требованиям общей и специальной подготовки;- систему работы с кадрами (ротация, повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом на выдвижение и др.); - методы повышения эффективности управленческого труда.  *Информационная система управления.* По данному разделу студенты должны изучить:- тип и состояние информационной системы предприятия, применяемые информационные технологии;- существующие базы данных и методы работы с ними;- характеристику общей схемы информационных потоков в организации;- коммуникационные процессы в работе предприятия;- коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.);- документооборот предприятия и его характеристику;- организацию делопроизводства, рационализацию документооборота предприятия;- пути устранения недостатков коммуникационного процесса;- совершенствование коммуникаций в организации.*Управление маркетингом.* Студент должен отразить в отчете:- задачи и систему организации службы маркетинга;- анализ маркетинговой среды фирмы;- планирование продукции и товарную политику;- управление качеством товара;- условия выбора и интенсивность каналов товародвижения и сбыта, требования к торговым посредникам;- основные методы реализации изделий (услуг);- стратегию и тактику фирмы в области рекламы и ее эффективность;- инструменты стимулирования сбыта;- ценовую политику и конкуренцию;- систему оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;- предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия. |  |
| Выполнение индивидуальных заданий. |  |
| 23.06.2025-26.06.2025 | Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике |  |
| Выполнение индивидуальных заданий. |  |
| 27.06.2025 | Сдача отчета по практике, рабочего календарного плана, устранение замечаний руководителя практики, защита отчета по практике |  |