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 |  | подпись  к.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 «23» июня 2025 г. по «05» июля 2025 г.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дата (период)** | **Содержание проведенной работы** | **Оценки, замечания и предложения по работе** |
| 23.06.2025 | 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. |  |
| 24.06.2025-28.06.2025 | 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. |  |
| 30.06.2025-04.07.2025 | Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике |  |
| Выполнение индивидуальных заданий. |  |
| 05.07.2025 | Сдача отчета по практике, рабочего календарного плана, устранение замечаний руководителя практики, защита отчета по практике |  |