

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE A MOLDOVEI

DEPARTAMENTUL MARKETING ȘI LOGISTICĂ

P R O G R A M A

practicii de producție pentru studenții anului II de studii, secția cu frecvență
și anul IV, cu frecvență redusă,
facultatea „Business și Administrarea Afacerilor”,
Programul de studii „**MARKETING ȘI LOGISTICĂ**”

©**Autori:** Savciuc Oxana – conf.univ.,dr.

Chișinău, 2018

NOTĂ INTRODUCȚIVĂ

Scopul practicii constă în aprofundarea și consolidarea cunoștințelor teoretice, dezvoltarea deprinderilor și abilităților profesionale și pregătirea studenților pentru a profesa în domeniul marketingului și logisticii.

Practica este prevăzută de planul de instruire a studenților la Programul de studii „Marketing și Logistică” și se desfășoară la întreprinderile industriale, agroindustriale, din sfera serviciilor, comerciale și non-profit.

Obiectivele principale ale practicii de producție:

1. A cunoaște particularitățile funcționării întreprinderilor industriale; agroindustriale, comerciale (angro și en-detail) și din sfera serviciilor;
2. A aprofunda cunoștințele în domeniul teoriei și practicii marketingului;
3. A studia procesul de management al marketingului;
4. A cerceta sistemul informațional de marketing în cadrul întreprinderilor, implicit tehnicile și metodele de marketing.

Obiectul practicii sunt întreprinderile industriale, agroindustriale, comerciale (angro și en-detail) și din sfera serviciilor, cu diferite forme organizatorico-juridice, instituții financiare care aplică în activitatea lor tehnologii și utilaj modern, organizează munca conform principiilor științifice; întreprinderi industriale, magazine universale, magazine mari specializate, rețele de magazine, depozite, companii de transport, bănci, companii de asigurare, agenții de turism, etc.

În corespundere cu planul de învățământ, durata practicii este de 4 săptămâni - secția cu frecvență/ 2 săptămâni - frecvență redusă. Alegerea obiectului practicii, încheierea contractului și repartizarea studenților la obiectul practicii se efectuează de către departamentul „Marketing și Logistică”. Departamentul elaborează și prezintă studenților programa practicii și verifică îndeplinirea acesteia. Conducerea generală metodico-didactică a practicii este efectuată de către șeful

departamentului. Obiectul concret al practicii de producție și conducătorul din cadrul departamentului este numit prin ordinul rectorului A.S.E.M.

OBLIGAȚIILE STUDENTULUI-PRACTICANT

Studentul în perioada practicii de producție e obligat:

- să primească la departament agenda și programa practicii;
- să se familiarizeze cu conținutul programei practicii;
- să se prezinte la întreprindere – obiectul practicii, în prima zi de practică pentru a perfectă actele necesare ce atestă prezentarea studentului la locul practicii de producție;
- să se familiarizeze cu normele de tehnica securității muncii;
- să respecte programul de lucru și ordinea în cadrul întreprinderii;
- să completeze regulat agenda practicii de producție și să îndeplinească programa practicii, indicând toate activitățile îndeplinite;
- periodic să informeze despre gradul de îndeplinire al programei practicii conducătorului practicii de la departament;
- cu trei zile înainte de expirarea termenului practicii, să prezinte conducătorului practicii de la întreprindere darea de seamă și jurnalul pentru a fi controlată și evaluată;
- la sfârșitul practicii, jurnalul și raportul trebuie să fie semnate de conducătorul de la întreprindere și confirmat prin ștampilă;
- în prima zi după finisarea practicii, să prezinte darea de seamă și jurnalul practicii la departamentul „Marketing și Logistică”, cu o caracteristică și apreciere de la obiectul practicii;
- să susțină darea de seamă cu notă la data stabilită de departament.

CONȚINUTUL PRACTICII

1. Caracteristica generală a întreprinderii

- Domeniul de activitate (producție, comerț cu amănuntul și cu ridicata, servicii, complexul agroindustrial)

- Forma organizatorico-juridică
- Tipul proprietății
- Numărul de angajați
- Localizarea (plasamentul)
- Rechizitele întreprinderii (adresa, telefon, fax, e-mail, pagina web)

2. Diagnosticul economic-financiar al întreprinderii (indicatori-cheie)

3. Analiza conducerii și organizării activității de marketing la întreprindere (organizarea compartimentului de marketing și sarcinile acestuia, structura internă, funcțiile conform fișelor de post, profesiogramele)

4. Analiza mediului de marketing

4.1. Micromediul de marketing

- Analiza relațiilor cu furnizorii
- Analiza relațiilor cu intermediarii
- Evaluarea mediului concurențial (numărul concurenților, cota de piață, avantaje și dezavantaje competitive)
- Analiza relațiilor cu clienții (ponderea clientelei fidele în totalul clienților efectivi, strategiile relațiilor preferențiale practicate)
- Analiza relațiilor cu organismele publice.

4.2. Macromediul de marketing

- Evaluarea tendințelor demografice;
- Evaluarea tendințelor economice;
- Evaluarea tendințelor culturale;
- Evaluarea tendințelor tehnologice;
- Studierea mediului politico-legislativ;
- Studierea altor tendințe ale mediului

5. Activitatea de cercetare

- Identificarea problemelor de marketing la întreprindere;
- Organizarea și desfășurarea unei cercetări de marketing de birou sau de teren de sine stătător;

6. Analiza mixului de marketing a întreprinderii

- Organizarea și desfășurarea politicii de produs în cadrul întreprinderii: politica sortimentală, asigurarea legală a produselor, caracteristica gamei de produse, analiza ciclului de viață al produsului, politica de marcă, politica referitoare la ambalaj, servicii, activitate de inovare, organizarea procesului de creare a noilor produse;
- Organizarea și desfășurarea politicii de preț în cadrul întreprinderii: obiective în fixarea prețurilor, metode de stabilire și tipuri de strategii folosite, condiții de plată, rabaturi etc.
- Organizarea și desfășurarea activității de distribuție în cadrul întreprinderii: dimensiunile și categoriile canalelor de distribuție, gradul de participare a întreprinderii în activitatea canalelor de distribuție, gradul de control asupra distribuției, organizarea logisticii comerciale a mărfurilor, distribuția directă a produselor;
- Organizarea și desfășurarea activității promoționale în cadrul întreprinderii: obiectivele activității promoționale, metode și mijloace de promovare utilizate, modul de desfășurare a activității promoționale, bugete promoționale.

7. Studiul cererii efective și potențiale pe piață

- Analiza cantitativă a cererii;
- Analiza structurală a cererii;
- Analiza concentrării cererii în timp și spațiu;
- Analiza comportamentului de cumpărare al consumatorului.

Organizarea și susținerea dărilor de seamă despre practică

Asupra tuturor activităților prevăzute de această programă, studentul practicant întocmește individual o dare de seamă de circa 12-15 pagini. Darea de seamă se scrie pe tot parcursul practicii, pe măsura studierii anumitor probleme/subiecte conform unui plan elaborat de autor.

După conținut, darea de seamă constă din foaia de titlu (completată în conformitate cu anexa 1), cuprins, conținutul de bază, încheiere (concluzii și recomandări) și anexe. Atât textul, cât și materialele ilustrative (tabele, desene, diagrame, grafice) sunt prezentate conform cerințelor documentației normativ-tehnice.

Darea de seamă, însoțită de jurnalul practicii, avizul conducătorului de la întreprindere și programa practicii trebuie prezentate la departament în următoarea zi, după finisarea stagiului de practică.

În termenul stabilit, conducătorul practicii de la departament verifică darea de seamă, indicând toate aspectele ei pozitive și negative. După evaluarea cunoștințelor studentului, aprecierea calității documentelor și gradului de îndeplinire a programei practicii, se evaluează prin calificativul corespunzător.

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE A MOLDOVEI

Departamentul „Marketing și Logistică”

RAPORT

privind practica de producție

la _____
(denumirea obiectului practicii)

a studentului(ei) _____
(numele, prenumele, grupa)

Programul de studii „Marketing și Logistică”

Facultatea „Business și Administrarea Afacerilor”

Conducătorul practicii
de la întreprindere

(numele, prenumele)

Conducătorul practicii
de la departament

(numele, prenumele)

Chișinău, 2018