

**Колеж по Мениджмънт, Търговия и Маркетинг - София**



**СИСТЕМА ЗА УЧЕБНИ ПРАКТИКИ  
И СТАЖОВЕ**

**София 2016**

Основна цел на действащата в Колежа система за учебни практики и стажове е придобиването на практически умения и опит при работа в реална бизнес среда, което е съществен елемент на професионалните компетенции на бъдещия специалист. Системата се основава на усилията за взаимодействие и партньорство между Колежа и представители на бизнеса, публичната администрация, неправителствения и други сектори на социалноикономическия живот у нас и в чужбина. Тя съдейства за постигане на мисията на Колежа за създаване на конкурентноспособни млади професионалисти, обществено ангажирани и отговорни граждани на Обединена Европа.

Функционирането на системата е предпоставка за кариерно развитие и пълноценна професионална реализация на възпитаниците на Колежа. От началото на 2005г. системата се подпомага и поддържа от създадения Център за оценяване и кариерно развитие. Постигнатите резултати, както и по-нататъшните действия са в няколко направления:

- I. Осъществяване и развиване на целеви контакти и партньорство с работодатели;
- II. Организиране и провеждане на групови практики;
- III. Осигуряване и съдействие за индивидуални практики и стажове;
- IV. Осъществяване на мониторинг и обратна връзка със студентите за качеството на практическото обучение;
- V. Изграждане и поддържане на бази от данни (БД), които могат да намерят пазарна реализация, предназначени за работодатели и партньори на Колежа, завършили и успешно реализирали се възпитаници и отлични студентски разработки (маркетингови проучвания, бизнес проекти и др.).

**По първото направление** усилията на Колежа са насочени както към информизиране на работодателите относно теоретичната и практическа подготовка на студентите, така и към мотивирането им да наемат на стаж (работа) тези от тях, които покриват съответните изисквания.



Система за учебни практики и стажове в Колеж по  
мениджмънт, търговия и маркетинг – София

Целевите групи работодатели, с които са установени отношения на сътрудничество и партньорство са:

- ◆ Фирми от по-широко и по-тясно специализирани професионални области у нас и в чужбина, като: “ДАНОН” – България, “Билла България” ЕООД, търговска верига “Зора”, “МАП Маркетинг Рисърч” ООД, “Кварц -97” АД – Сливен, “Нилана” ООД, информационно-консултанска агенция “Форум 2000”, радио “Класик FM”, “Olympia Electronics” – Гърция, гр. Солун “Рибна борса” – Турция, гр. Истанбул и др.;
- ◆ Държавни организации като Министерство на околната среда и водите; Министерство на труда и социалната политика; Министерство на икономиката, енергетиката и туризма;
- ◆ Браншови структури и неправителствени организации (агенции, фондации, асоциации и др.), като: Българска търговскопромишлена палата (БТПП), Българска асоциация по маркетинг (БАМ), Българска стопанска камара (БСК), Европейски институт, Агенция за малки и средни предприятия, Българска асоциация за информационни технологии (БАИТ), фондация “Партньори – България”;

Основните форми на взаимодействие с посочените организации са следните:

- Сключване на споразумения за осъществяване на взаимно изгодно партньорство в областта на маркетинговата дейност, в т.ч. маркетингови изследвания, консултации, публични комуникации, учебни практики и стажове. Такива споразумения се изпълняват с агенция “Форум 2000”, фирма “Нилана”, музеят “Земята и хората”, “Хирон Консулт”, “ORANGE CENTER” и др.;
- Изпълнение на приложни разработки (маркетингови изследвания, проучвания на изложения, програми за маркетингова ориентация и др.) в рамките на сключени дългосрочни споразумения или по еднократни заявки.

Организационна среда за осъществяване на тези разработки е Лабораторията за маркетингови проучвания;

- Презентация на дейността на горните организации пред студенти и преподаватели с акцентирание върху маркетинговия опит и възможностите за взаимодействие. Освен фирмени презентации се организират и публични лекции с гост-лектори от съответните организации – напр. с представителя на UNDP за България г-н Нил Буне по темата “ПРООН – глобална мрежа за знание и партньорства”, с представители на Европейския институт по въпросите на присъединяването на България към Европейския съюз и особеностите на европейското образователно пространство и др.;
- Съвместни прояви, като, семинари, конференции, дискусии, – семинари по маркетинговия профил на фирмата (напр. семинар “Бранд мениджмънт на фирма Нилана”, “Пазарни позиции на фирма Olympia Electronics в Европа”; международна конференция "Иновационни практики в проектно базираното обучение (PBL)" с участие на наши и чужди партньори (фирми и образователни институции);
- Включване на работодатели в общи колежански прояви, като празнувания на годишнини, на церемонии по връчване на дипломи на завършили студенти и др..

**По второто направление** “Организиране и провеждане на групови практики” Колежът има богат, повече от десетгодишен опит. Отчитайки някои трудности и ограничения за осъществяване на такъв вид учебни практики у нас, произтичащи от динамичните промени на собствеността върху стопанските обекти, Ръководството на Колежа прилага гъвкава стратегия за използване на възможностите за такава реализация в чужбина – на този етап в Гърция, Турция, Полша и Холандия (от есента на 2005г), а в следващите години – Австрия, Белгия, Русия.

Съгласно действащата "Инструкция за организиране и провеждане на студентските практики", приета от Учебно-научния съвет (УНС) на МТМ Колеж през 2002 година, всички дейности по планиране, организиране, координиране, провеждане и отчитане на

учебните практики в страната и чужбина се осъществяват от звено “Управление на качеството”, съгласувано с ръководителите на катедри “Маркетинг и търговия”, “Икономика и мениджмънт” и “Информатика и чуждоезиково обучение”. Основният подход, залегнал в инструкцията е разглеждането на учебните практики като средство за опознаване на реалната пазарна среда в и извън България - специфики и отличия.

Инструкцията е резултат от изпълнение на вътрешен проект. Съдържа общи правила за организиране, оперативна отчетност и контрол на практиките, процедура за работа по подготовката на всяка практика, както и примерна документация (формуляри). Тази практика е задължителна за студентите, които могат да избират тематиката и годината, в която да я реализират (в рамките на тригодишното обучение).

Преподавателите имат инициативата и свободата да предлагат теми, по които да бъдат ръководители. На всеки участник в такава практика се предоставя маршрутна карта, подробна информация за страната и обекта, както и задание за изпълнение. Предварителният инструктаж и екипният принцип на работа осигуряват ефективно използване на времеви ресурс на територията на външния пазар. Екипите включват не повече от 4 души, сформират се по съвместимост и се предлагат от самите студенти

С провеждането на учебните практики в чужбина се постига многостранен ефект, изразяващ се в следното:

- студентите придобиват умения за проучване и анализ на маркетингови решения на фирми - изявени производители в Европа, търговски центрове, борси, аналогични на Колежа чуждестранни вузове и др. стопански субекти; умения за извършване на проучвания на външния пазар;
- формират се умения за директна социална комуникация и взаимополезен информационен обмен;
- създава се възможността за непосредствено наблюдение на социално-икономическото развитие на съответната страна и последваща съпоставителна оценка на пазарните процеси в чужбина и у нас;

- създават се предпоставки за установяване и развитие на контакти с перспективни партньори по профила на обучение.

Изброяването в този ред не представлява ранжиране по степен на важност на резултатите, а откроява комплексните ползи за студентите.

**По третото направление** (осигуряване и съдействие за индивидуални практики и стажове) Колежът е разработил програма за алтернативни практики за студенти, които по обективни причини (липса на времеви и финансови възможности) не могат да се включат в чуждестранните групови практики, както и за тези, които по своя инициатива и създадени контакти желаят да работят и стажуват в дадена организация. Алтернативите са няколко:

- Извършване на маркетингови проучвания по съгласувана тематика и представяне на аналитичен доклад. Отличените като успешни и с потенциал за пазарна реализация доклади се включват в БД “Студентски разработки”;
- Включване в изпълнението на вътрешни за Колежа проекти и дейности - напр. проект за обновяване на данните на завършилите студенти на Колежа и събрание на данни, свързани с тяхната професионална реализация; изграждане на БД с необходима за кариерното развитие информация; асистирание при организиране на семинари, конференции и други форуми (напр Първи инвестиционен форум в България) и др.;
- Преминаване през индивидуална програма за практика /стаж/ в посочена от студента организация с поддържане на обратна връзка с работодателя – напр. стажантски програми с БТПП; с радио Класик FM, където от преминалите 9 студента стажове за рекламни агенти, двама са наети за постоянна работа към маркетинговия отдел на радиото; с фирма “Нилана”- след стаж на постоянна работа в маркетинговия отдел са назначени двама випусници на Колежа; програма за промотьори към ДАНОН, в която се включват студенти предимно от редовно обучение; в момента студенти от първи и трети курс редовно обучение

стажуват в агенция МАП РИСЪРЧ по съгласувана с Колежа програма, във фирма СМС- туроператорски услуги, която е подизпълнител на RCI, в банка Хеброс и др. Всяка година Колежът дава препоръки и съдействия за оформяне на документация за кандидатстване студенти в национално представени стажантски програми за летния период в чужбина /напр. програма “Българска мечта”/ и за реализиране на стажантска практика по индивидуална инициатива и осъществени контакти с чужди фирми.

Първите стажантските програми в Колежа, които имат за цел обогатяване на теоретичните познания на студентите с практически умения, стартират през 2006 г. Директното съпоставяне на усвоения учебен материал с реалностите и всекидневието на бизнеса подпомагат развитието на професионалните интереси и ориентацията на студента. Стажовете всъщност са структуриран модел за придобиване на знания в работна атмосфера.

Колежът инициира и организира краткосрочни доброволни стажове във фирми, с които партнира и с които има сключени дългосрочни споразумения за съвместно обучение на студенти от всички форми на обучение- редовна, задочна традиционна и задочна алтернативна, в следните направления:

1. Участие в подготовка и провеждане на:

- маркетингови проучвания /в т.ч. рекламни/;
- търговски промоции;
- mailing;
- маркетинг на обратната връзка;
- програми за лоялност;
- комуникационни /рекламни, PR и промоционални/ кампании;
- събитийен мениджмънт /СМ/ - корпоративен СМ, събитийен маркетинг, събития с цел благотворителност, спецсътрудничество, включително за реализиране на стажантски програми.



Ползите са взаимни, като за студентите се изразяват в:

- Придобиване на практически умения още по време на следването
- Професионална ориентация
- Умения за работа в екип и преодоляване на възникнали проблеми.
- Възможност за запознаване с дейността на известни компании, присъстващи на българския пазар
- Контакт с работодатели, който може да подпомогне бъдещата професионална реализация
- Перспективи за започване на работа след приключване на стажа или дипломирането си
- Натрупване на опит, изискуем от работодателите при подбор на персонал.

За фирмата партньор изгодата е предимно в:

- Подбор на бъдещи служители чрез наблюдение на показани качества и резултати в реална среда;
- Ползване на трудов ресурс за основни и допълнителни дейности в областта на маркетинга (проучвания на пазара, комуникации с потребителите, организиране на рекламни и PR кампании и др.);
- Подпомагане на бъдещите сужители в придобиването на необходимите практически познания и умения;
- Данъчни облекчения в случаите на инвестиране на средства за насърчаване на образованието (виж конкретно Закона за корпоративното подоходно облагане).

С фирмите партньори Колежът сключва предварително принципни споразумения за съвместна дейност, включително стажуване на стуиални събития и други услуги.

2. Участие в организиране и провеждане на семинари, конференции, курсове и други по предмета на дейност на фирмата партньор;

3. Съдействие при разработване на пазара на фирмата партньор – привличане на клиенти, разработване и поддържане на БД “Клиенти”, осъществяване на комуникации.

Отношенията между студента и Колежа по повод на стажовете се свеждат до насърчаване натрупването от страна на студента на практически умения и опит на доброволна основа и в допълнение на образованието. Задачите, които се възлагат на студентите, времевите рамки, ресурсите, условията за наблюдение и крайните резултати от началото на учебната 2007/2008г. се фиксират в индивидуална стажантска програма по следния образец:

### **ПРИМЕРНА СТАЖАНТСКА ПРОГРАМА**

**(образец)**

Име на организацията, адрес и информация за контакти Наставник – име, роля и информация за контакти	
Име на студента, форма на обучение, факултетен номер Информация за контакти	
Цел на стажа	Примерно съдържание <b>ОБЩИ ЦЕЛИ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Придобиване на практически познания относно характера на стопанската дейност и средата, в която тя се извършва</li> <li>• Осъзнаване на необходимите умения за ефективна работа по изпълнение на конкретните задачи</li> </ul>
	<b>ЦЕЛИ, СПЕЦИФИЧНИ ЗА ТИПА РАБОТА</b> Извършване на полево изследване изследване с използване на разработена методика и анкетна карта ;  Предоставяне на направените интервюта с коментар на срещнатите трудности.
	<b>ЦЕЛИ, ДОГОВОРЕНИ ЗА СЪОТВЕТНИЯ СТУДЕНТ:</b>

Програма на дейностите	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Въвеждане, процедурни дейности: 3 часа</li> <li>• Запознаване с естествата на задачите: 5 часа;</li> <li>• Участие в срещи и обучение (инструктаж): 6 часа;</li> <li>• Срещи между студента и наставника: по необходимост и взаимна инициатива, минимум 2 пъти;</li> <li>• Изпълнение на проучването (в рамките на определената извадка);</li> <li>• Финална оценка на представения резултат и на успеха на стажа</li> </ul>				
Организацията се задължава:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Да предостави на студента практически опит и възможности за обучение в съответствие с настоящата програма;</li> <li>• Да осигури на стажанта необходимите ресурси и съдействие;</li> <li>• Да осигури на стажанта обратна информация, с която да му помогне да подобри представянето си.</li> </ul>				
Стажантът се задължава:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Да не разгласява конфиденциална информация за организацията;</li> <li>• Да спазва всички срокове за предоставяне на изискуемите резултати;</li> <li>• Да се отнася към служителите на всички нива с необходимия респект и внимание;</li> <li>• Да спазва изискванията и дисциплината на организацията.</li> </ul>				
Подписи	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">Наставник</td> <td style="width: 50%; border: none;">Стажант</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">.....</td> <td style="border: none;"></td> </tr> </table>	Наставник	Стажант	.....	
Наставник	Стажант				
.....					

**По четвъртото направление** (осъществяване на мониторинг и обратна връзка със студентите относно качеството на практическото обучение) дейността е част от цялостния мониторинг и оценка на обучението в Колежа. Мониторингът се осъществява както от ръководителя на конкретната практика, така и от ръководителя на звено “Международни практики и програма Еразъм”. Програмата, заданието и отчета за приключилата вече практика се съхраняват в отделно досие.

Колежът провежда периодично анонимно анкетиране с използване на изчерпателен и извадков подход. Въпросите в анкетните карти са структурирани обикновено в раздели “Съдържание на практиката”, “Организация” и за чуждестранните практики има раздел “Битови условия и обслужване”.

Резултатите ориентират ръководителите по отношение на пропуските и необходимите корекции, в същото време дават възможност за превенция при утвърждаване на вече апробиран модел за практика. Те се довеждат до знанието на ръководителите на съответните катедри с цел оптимизиране на учебните програми. За студентите това е възможност за споделяне на възникнали трудности, проблеми, както и за даване на предложения относно разширяване на професионалните и общи компетенции. Текущият анализ показва висока степен на одобрение на груповите чуждестранни практики, които се ползват с голяма популярност в Колежа.

**По петото направление** (изграждане и поддържане на БД) са създадени за професионалната реализация на завършилите студенти; БД “Студентски разработки”- за извършени маркетингови проучвания, бизнес проекти, реферати и др. В процес на изграждане е БД за работодатели и партньори на Колежа.

## **ПРИДОБИВАНИ УМЕНИЯ И ОПИТ В ПРАКТИЧЕСКОТО ОБУЧЕНИЕ**

### **I. УМЕНИЯ ЗА ПРОУЧВАНЕ И АНАЛИЗ НА МАРКЕТИНГОВИ РЕШЕНИЯ НА ФИРМАТА, РАЗРАБОТВАНЕ НА ФИРМЕН ПРОФИЛ**

Такива умения се придобиват чрез организиране на групови практики в български и чужди фирми (първи модел), както и чрез самостоятелно изследване и анализ на актуални въпроси от дейността на фирмите - алтернативни практики (втори модел).

Първият модел включва посещение на фирмата и презентация на домакините с акцентирание върху маркетинговата дейност, последващ семинар с активно участие на студентите, разработване на базата на дискутираната информация на фирмен профил. Такива практики се проведени с фирми в България, Гърция, и Турция през периода 2002- 2010г., като постигнатите резултати са оптимистични не само по оценка на студентите и ръководителите на практиките, но и на фирмените ръководства.

#### **Конкретните данни включват:**

1. **Фирма "ДАНОН"- България** – първи от серията семинари по маркетинг се провежда през май 2000г., под ръководството на

завеждация "Развитие на продажбите". Изнесените фирмени доклади са на тема:

"Марките - съкровище на компанията"- от директора на отдел "Маркетинг"

"Създаване на нови продукти" - от директора на отдел "Изследване и развитие".

По време на обсъжданията, съпроводени с дегустации на нови продукти е направено предложение от фирмата за ангажиране на студенти от Колежа в промоции на нови продукти на фирмата в търговската мрежа срещу заплащане. На брифинг в края на семинара са ангажирани първите промотъори от Колежа за продукта "Активия със сини сливи". За успешните резултати говорят реализираните продажби след промоциите .

## **2. Търговска верига "BILLA България" (член на REWE Group)**

Първите два семинара по маркетинг са проведени през септември 2008г. по заявена от Колежа тематика , включваща:

"Асортимент и ценова политика на БИЛЛА";

"Силни страни и особености на БИЛЛА";

"Продуктовата брошура - основен рекламен инструмент на Билла";

"Доставчици на БИЛЛА - критерии и условия за определяне в България".

В семинарите взеха участие студенти от задочно традиционно обучение. В следствие на това участие бе постигнато споразумение за извършване на полево маркетингово проучване с колежани - анкетъори във връзка с въвеждане на нова търговска марка на БИЛЛА за България .

## **3. Фирма за охранителна, пожароизвестителна техника и аварийно осветление "OLYMPIA ELECTRONICS" - Гърция, гр. Солун**

Фирмата е един от изявените производители в ЕС на електронни системи за сигурност с високо качество, за което свидетелстват притежаваните сертификати, като напр. ISO 9002 и TUV. Проведени са два семинара по тематика, свързана с маркетинговата стратегия на фирмата и фирмения профил, с водещ маркетинг мениджърът на фирмата. И двата семинара включват подробна презентация на фирмата с акцентирание върху нейните пазарни позиции, които заема в около 40 страни в света; описание на иновационната, ценовата, дистрибуционната и комуникационната й политика; диалогов режим на обсъждане, връчване на фирмени

материали и рекламни подаръци, както и поименни сертификати, удостоверяващи определена степен на познаване на фирмата и нейните продукти.

На базата на получената информация студентите разработват профил на фирмата, включващ: най-важните обобщаващи характеристики на предмета на дейност; продуктова структура; персонал; органи на управление; направления на реализация на продукцията; пазарен дял; организация на маркетинговата дейност.

Активното и компетентно участие на студентите (по оценка на домакините), както и наличието на взаимен интерес (активна реклама на фирмата в България) доведоха до установяване на дълготрайно сътрудничество, което ще рефлектира върху последващо разширяване на тематичните направления на практиките.

#### **4. Шведска търговска верига “ИКЕА” – шоурум в гр. Солун, Гърция.**

Практика включва проучване чрез метода на наблюдение и описание на:

- структурата на стокооборота (асортимента в дълбочина), дизайн, модулност, стил, качество и ценови равнища на стоките в дадена стокова група;
- използваните комуникационни инструменти и по-подробно каталога на ИКЕА не само като рекламно средство, а и като средство за улесняване на потребителите при техния избор;
- организацията на продажбите и обслужването на клиентите;
- профил на клиентите.

Първата такава практика бе проведена през 2003г. Успешното изпълнение на практиката предполага предварително запознаване с историята и съвременното състояние на ИКЕА, за да може да бъде изготвен фирмения профил и да се отговори на въпросите в заданието. Успешно преминалите през тази практика са студенти от всички курсове и форми на обучение.

Вторият модел за придобиване на посочените умения е провеждане на т.нар. "алтернативни практики", посочени в раздел “А“ на изложението. През периода 2003 - 2010г. такава практика са преминали над 2000 студенти, предимно от задочна форма на обучение.

## **II. УМЕНИЯ ЗА ПРОУЧВАНИЯ НА ВЪТРЕШНИЯ И ВЪНШНИ ПАЗАРИ, СТОКОВИ БОРСИ, НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ ИЗЛОЖЕНИЯ**

### **1. Проучване на вътрешния пазар**

Проучванията са по конкретни задания, главно на територията на София, като основната цел е усвояване на методите за събиране на първична маркетингова информация (наблюдение, интервю ) по предварително зададени параметри и изготвяне на аналитичен доклад. Критериите за оценка са: достоверност (съответствие на събрания империчен материал на контролни статистически данни); пълнота (по параметрите на заданието) и аналитичност на информацията; структура на изложението; оформление на доклада. Тези критерии предварително се оповестяват на всеки практикант.

Такива пазарни проучвания са правени на екипен принцип за общински пазари "Младост"и "Красно село", книжен пазар "Славейков". Успешното реализиране на проучванията е и в резултат на съдействието на ръководствата на посочените пазари.

### **2. Проучване на външния пазар**

Проучванията са проведени през периода 2000 - 2010г. за търговската мрежа на територията на Гърция - гр. Солун, гр. Катерини, курортен комплекс Паралия; за търговската мрежа на територията на Турция – гр. Истанбул. Заданията включват параметри на наблюдение на обекти, като:

- магазини за широко потребление (хранителни стоки, стоки за бита);
- специализирани магазини за конфекция, обувки, спортни стоки, козметика, хранителни стоки;
- заведения за хранене тип “кафе-бар”, “кафе-сладкарница”, "таверна", "закусвалня", "пицария", "бирария"и др.;
- галерии, изложбени зали, външна реклама.

Събраната, анализирана и обобщена информация се отразява в доклади.

### **3. Проучване на стокови борси**

През май 2004г. стартира практика, свързана с най-голямата рибна борса на Балканския полуостров – в гр.Истанбул, своеобразен хибрид на борса и тържище. Програмата включва: посещение на борсата; среща с представители на ръководството; семинар на тема ”Специфика на работата на рибната борса – режим, оборот,

потребители”; наблюдение върху процеса на сключване на сделки. Резултатите от практиката се отразяват в индивидуални задания, очертаващи профила на борсата.

#### **4. Проучвания на национални и международни изложения в България**

Обекти на извършени проучвания са:

- Международно изложение “Образование” в НДК,, включващо детски градини, училища, колежи и университети;
- Международен форум "Информационно общество " – София;
- Ежегодно изложение "СТРОЙКО";
- Изложение БАИГ ЕКСПО 2000 ( публикувано в сп. Бизнес Спектър бр.1-2 /26-7/, 2001г.);
- Изложение "Кандидатстудентска борса ";
- Изложение за бяла и черна техника "НОМЕ TECHNO".

### **III. УМЕНИЯ ЗА АСИСТИРАНЕ ПРИ ОРГАНИЗИРАНЕ И ПРОВЕЖДАНЕ НА PR, НАУЧНИ, КУЛТУРНИ И ДРУГИ ОБЩЕСТВЕНО ЗНАЧИМИ СЪБИТИЯ**

Целта на тези учебни практики е студентите да се запознаят с управленските аспекти на маркетинга и организацията при провеждане на такива обществено значими събития, като международни симпозиуми, научни конкурси, национални и международни експозиции, музикални фестивали и др.

Участието на студентите включва предварително и съпътстващо оповестяване; директен контакт с посетители с цел информирание и съдействие; наблюдение за посещаемостта и реакциите на посетителите. Резултатите се предоставят на организаторите на съответната проява.

Такива практики се провеждат в Националния музей "Земята и хората" на база на сключено дългосрочно споразумение. Обсъдени за съвместна реализация в близко бъдеще са няколко интересни проекта за нуждите на музея, чрез които ще се апробират нови форми на организиране и провеждане на учебни практики на територията на столицата (проучвания в училища, туроператорски фирми и други).



#### **IV. УМЕНИЯ ЗА КОМУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИОНЕН ОБМЕН С АНАЛОГИЧНИ НА КОЛЕЖА ЧУЖДЕСТРАННИ ВУЗОВЕ**

##### **1. CITY College - гр. Солун**

Съществен момент от тази практика е контактът с представители на престижния британски University of Sheffield, осъществяван при посещение на CITY College - гр. Солун, който е филиал на университета в Гърция. Предмет на разговорите и дискусиите са мисията на университета, предимствата на британската диплома, която получават завършилите, специалностите и учебните програми, срокове на обучение, учебни такси, възможности за работа в реални условия, връзки с индустрията и др.. По време на посещението се изнася лекция на английски език в интерактивен режим по актуална маркетингова тематика.

Прави се снимков материал, а при предварителна договорка се снима филм.

##### **2. Университет "САБАНДЖИ" - гр. Истамбул**

Обект на такава практиката бе и един от най-елитните частни университети на Турция – Университета “САБАНДЖИ” в Истамбул. Целта на учебната практика бе студентите да се запознаят с учебните дисциплини, сроковете на обучение, материалната база, академичното и информационно обслужване и с други важни въпроси свързани с учебната дейност.

##### **3. Краковско висше училище “АНДЖЕЙ МОДЖЕВСКИ”**

Студенти от Студентското общество за Европейска интеграция към Колежа преминаха курс на обучение по "Межкултурни комуникации" с гост лектор от Финландия Хари Макинен. Курсът беше съчетан с културна и шопинг-тур програма, използвана и за тестване на съществуващата система за търговско обслужване.

В заключение може да се обобщи, че опита и уменията, които се придобиват от студентите по време на практическото обучение повишават тяхната професионална пригодност и конкурентноспособност.



## **ИНСТРУКЦИЯ ЗА ОРГАНИЗИРАНЕ И ПРОВЕЖДАНЕ НА СТУДЕНТСКИТЕ ПРАКТИКИ**

### **1. ОБЩИ ПРАВИЛА**

1.1. Практиките се планират и отчитат всеки семестърна.

1.2. За да получат заверка за годината студентите трябва да реализират участия в практики, отговарящи на определен брой точки ПК. В началото на всяка учебна година ръководството на Колежа определя и оповестява броя точки ПК, необходими на всеки студент за заверка на годината. Този брой може да е различен за различните курсове и видове обучение.

1.3. Студентите сами избират в каква практика да се включат.)

1.4. Надхвърлените необходими кредити от едната година могат да се използват от студента в следващата. Оперативното планиране, отчетност и контрол на практиките се организира от ръководителя на направление "Учебни практики". Той:

1.4.1. Приема от преподавателите предложения за организиране на практики (виж Раздел 2), обсъжда ги с тях и ги представя (заедно с преподавателя) в АС за утвърждаване.

1.4.2. Контролира осъществяването и води досие за всяка практика и оперативна отчетност за процеса като цяло.

1.4.3. Представя (заедно с преподавателя) в АС за утвърждаване отчетът за завършване на всяка практика. По тези отчети се утвърждават и изпълнените от всеки студент (ПК) и реализираното от преподавателите учебно натоварване. АС може да утвърди кредити и натоварване, различаващи се от представените в отчета.

### **2. РЕШЕНИЕ ЗА РАЗКРИВАНЕ НА НОВА СТУДЕНТСКА ПРАКТИКА**

2.1. Всеки преподавател може да предлага да води някаква практика. Предложението се описва в специален формуляр [Приложение №1] и се предава



## Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг - София

на отговорника за практиките, той го обсъжда с преподавателя, за да добие по-пълна представа за предлаганата практика и, заедно с преподавателя, го представят за утвърждаване в Академичния съвет. В АС предложението се обсъжда и ако то се утвърди, отговорникът за практиките му разкрива досие.

2.2. АС утвърждава (определя) натоварването (в брой лекционни часа) за преподавателя според продължителността и сложността на практиката; броя ПК, които се дават на 1 студент; броя участващи в практиката студенти.

2.4. При предлагането на една нова практика преподавателят изяснява следните въпроси:

- ✓ Обекти (места) където ще се проведе практиката
- ✓ Период на провеждане (от - до)
- ✓ График на провеждане (дати, в кои часове и пр.)
- ✓ Цел на практиката (очаквани резултати)
- ✓ Съдържание на извършваната работа (включително документация, въпросници и др.)
- ✓ Брой кредити, получавани от студент:
  - При успешно завършване на практиката
  - При отлично завършване на практиката (примерно с 25% повече ПК)
- ✓ Начин на отчитане (от студентите към ръководителя и от самия ръководител)
- ✓ Участие на други преподаватели и служители от Колежа
- ✓ Разходи на Колежа за провеждане на практиката:
  - Брой лекционни часове за ръководителя на практиката
  - Брой лекционни часове за други преподаватели
  - Време, което ще изразходват други служители в практиката
  - Разходи за Колежа (общи и допълнителни за един студент)
- ✓ Лични разходи за студентите
- ✓ Какво от работните материали ще се съхранява в досието на практиката

### 3. ПРОВЕЖДАНЕ НА ПРАКТИКА

#### **Ръководителят на учебната практика:**

3.1. Разработва задание, включващо описание на конкретните задачи, които трябва да изпълнят студентите по време на учебната практика.

3.2. Разработва въпросник за оценка на учебната практика на студентите.

3.3. Предоставя на ръководителя на Направление "Учебни практики" преди започване на практиката окончателният списък на записалите се за практиката студенти.

3.4. Инструктира студентите като разяснява целите и обектите за провеждане на практиката, реда за нейното осъществяване, преследваните



## Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг - София

резултати и начин за тяхното отчитане, както и критериите за оценка на практиката. Раздава комплекти от материали, необходими за цялостното провеждане на практиката.

3.5. По време на практиката: насочва и контролира действията на студентите; оказва необходимото съдействие при срещнати от тях трудности; осъществява контакти с представители на ангажираните с практиката институции (учебни заведения, предприятия, търговски обекти и т.н.).

3.5.1. По време на практиката води Дневник на практиката [виж Приложение №2]

3.5.2. След приключване на практиката: събира, анализира и оценява докладите на студентите от проведената практика; обобщава резултатите и изготвя отчет за резултатите от проведената практика, който представя в Направление "Учебни практики" и съвместно внасят за обсъждане в Академичния съвет.

### **Комендант на учебната практика:**

3.6. За всяка практика, в която има предвидени пътувания и нощувки извън София на групи от студенти, се определя комендант на практиката - длъжностно лице от Колежа. Това обхваща и всички случаи на задгранични практики.

3.7. Задължения, свързани с подготовката на пътуването:

- Разработва програма, включваща маршрута по който ще се пътува, разписание по дати и часове за провеждане на учебната практика, посещение на културни обекти и мероприятия с развлекателен характер.
- Подготвя необходимата документация (паспорти, списъци, застраховки и др.), съобразена с граничния режим за преминаване на съответната страна.
- Осигурява резервации в хотели за нощувка на студентите и длъжностните лица от Колежа.
- Осигурява транспорт до съответната страна, по време на престоя в страната и завръщането в България.
- Инструктира пътуващите за всички по-важни въпроси, свързани с пребиваването им в съответната страна.

3.8. Задължения по време на пътуването:

- Определя режима на пътуване, съобразен с продължителността и тежестта на маршрута.
- Урежда необходимите формалности с граничните власти, свързани с пропускателния режим.
- Координира изпълнението на програмата с ръководителя на учебната практика, представителите на ангажираните с практиката



## Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг - София

институции, както и с техническия персонал (шофьор, екскурзовод, хотелска и ресторантска управа и др.).

- Съдейства за решаването на възникнали проблеми като осъществява контакти с официални български или местни власти.
- 3.9. Задължения след завършване на практиката:
- Подпомага ръководителя на практиката при нейното отчитане

### 4 . ЗАКРИВАНЕ (ПРИКЛЮЧВАНЕ) НА ПРАКТИКА

4.1. След завършване на всяка практика водещият преподавател съставя и представя на ръководителя на направление "Учебни практики" досие на практиката, в което има отчетен формуляр, дневник на практиката, протокол за проведена практика от студентите [Приложение 3] и свитък от документация (например разработки, анкетни листове, доклади на студентите и пр.)

4.2. В протокола със завършилите практиката студенти се нанася и оценката на преподавателя. Оценките са три: "завършил отлично практиката"; "завършил успешно практиката", "не е завършил успешно практиката". Една копие от протоколите от всички завършени през семестъра практики, заедно с обобщен списък на получените от всеки студент кредити за семестъра се предава от ръководителя на направление "Учебни практики" на Учебен отдел.

4.3 Ръководителят на направление "Учебни практики" води текущо отчитане на кои студенти колко ПК (кредити) са признати от началото на годината и колко още са им необходими, за да получат заверка. Той оповестява тези списъци периодично (в средата и в края на всеки семестър), за да създадат необходимата обстановка на заинтересуваност.



Приложение №1

**MT&M Колеж Предложение/утвърден план/отчет за студентска практика**

**София** ( н е в я р н о т о с е з а ч е р т а в а )

Ръководител на практиката: ..... (ръков.)	СТУДЕНТСКА ПРАКТИКА ..... .....		Брой кред. точки (ПК) на студент .....
Дата на представяне (утвърждаване): ..... 200...г.	Практиката е предвидена за студенти от ..... курс .....обучение	Подходящ брой участващи студенти: от (min) ..... до (max)..... Окончателно планиран брой: .....	Провеждане от .....200...г до ..... 200...г

<u>Цели</u> на практиката (очаквани резултати):	<u>Какво ще се докладва</u> от студентите и от ръководителя на практиката:
---	--

<u>Обекти</u> (места), където ще се проведе практиката:	Кратка анотация на <u>съдържанието</u> на извършваната <u>работа</u> (да се посочат функциите на други служебни лица в практиката):
---	---



**Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт,  
търговия и маркетинг - София**

<p><u>График</u> на работа (работни дати):</p>	
--	--

**ПЛАНИРАН (ОТЧЕТЕН) ТРУД:**

На водещия практиката:  ..... / ..... (име) (лекц. часа)	На други преподаватели  ..... / ..... (име) (лекц. часа)  ..... / ..... (име) (лекц. часа)	На служители от Колежа  ..... / ..... (име) (раб.дни)	На студенти, участващи в организацията на практиката  ..... / ..... (име) (ПК)  ..... / ..... (име) (ПК)
--	--	---	--

**ДРУГИ ПЛАНИРАНИ (ОТЧЕТЕНИ) РАЗХОДИ**

в.) Общо разходи при min брой (.....) студенти:  ..... лв.	в.) Общо разходи при max брой (.....) студенти:  ..... лв.	б.) Разходи за 1 студент  ..... лв./студ.
--	--	---

(ако е необходимо по-подробно описание, то се прави на отделен лист)







## Протокол

*Формата ще бъде съгласувана с Учебен  
отдел, за да служи за отчитане на  
изпълнението за признаване на учебната  
година.*



## УЧЕБНИ ПРАКТИКИ (информация за студентите)

Драги студенти,

От началото на учебната 2002/2003 г. в Колежа се въвежда специален раздел в обучението, наречен "Учебни практики". За да бъде призната като успешно завършена учебната година, всеки студент трябва да има определен обем участие в учебните практики. Практиките не са свързани с отделни дисциплини. В тях се очаква изпълнение на разнообразни дейности.

Работата по практиките се отчита в точки (кредити). За всяка практика се съобщава предварително колко на брой точки носи при успешното участие в нея. Всеки студент свободно избира в какви практики да се включи, за да събере необходимия му брой точки за признаване на учебната година. Всеки студент трябва да покрие (да получи) следния брой точки (ПК) за съответната учебна година:

вид обучение / курс	брой ПК	т.
I-ви курс редовно обучение	20	
I-ви курс задочно алтернативно обучение	10	
I-ви курс задочно обучение	10	
II-ри курс редовно обучение	20	
II-ри курс задочно алтернативно обучение	8	
II-ри курс задочно обучение	8	

Ако през годината той получи повече от необходимите точки, остатъкът от тях му се зачита като изпълнение за следващата година.

Предложенията за провеждане на практики ще се обявяват през цялата година на таблото "Учебни практики". Следете това табло, на което ще се съобщава и кога и къде преподавателите - ръководители на практиките ще дават по-подробни обяснения за тях.



**Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт,  
търговия и маркетинг - София**

На таблото "Учебни практики" са дадени часовете и дните в седмицата, в които могат да се направят допълнителни справки в направление "Учебни практики" с ръководител д-р Владимир Христов.



Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт,  
търговия и маркетинг - София

## ***ВНИМАНИЕ!***

*1. Ориентирайте се своевременно и проведете необходимите практики! Няма кой да ви подсети, че не сте изпълнили необходимия минимум за годината!*

*2. Очакваме от самите студенти и особено от тези в задочно обучение идеи за интересни и полезни практики. Запознайте избран от вас преподавател или д-р Вл. Христов с тези ваши предложения!*

**ОТ РЪКОВОДСТВОТО НА КОЛЕЖА**



## УЧЕБНИ ПРАКТИКИ

### (информация за преподавателите)

Драги колеги,

На специално събиране ще се проведе по-обстоятелен разговор за учебните практики и ролята на преподавателите в тяхното планиране и провеждане. Този материал има за цел да ви информира по някои основни въпроси, за да бъдете по-добре подготвени за обсъждането. Повече можете да прочетете и в проекта на **Инструкция за организиране и провеждане на студентските практики**, която е на Ваше разположение при д-р Вл. Христов - ръководител на направление "Учебни практики".

Принципите, на които искаме да базираме този тип учебна работа са следните:

- задължително за всеки студент участие в практики;
- диференциран обем участие в практики според вида и годината на обучение;
- свобода на студентите да избират в какви практики да участват;
- използване на системата на кредити за отчитане на работата при свободния избор на участие;
- предоставяне на преподавателите инициативата и свободата да предлагат да бъдат ръководители на практики, които смятат за полезни;
- икономичност – провеждане на практиките в оптимални по големина групи, при които, като се запазва качеството, не се изразходва прекалено много преподавателско време.

Едно от важните неща, които ще бъде полезно да се въведат още в началото, е да се подхожда към практиките като средство за опознаване на стопанската среда и дейност. Практиките не са упражнения по определена учебна дисциплина. Те имат по-обхватната цел да свързват студентите с действителността и винаги по своята същност са нещо комплексно. Това означава, че не трябва да делим практиките на такива по маркетинг или стопанско управление или финанси и т.н. Запознавайки се с някакъв стопански обект, студентите научават неща от различни аспекти на неговата дейност. По тази причина очакваме всички преподаватели да предлагат студентски практики не само свързани със своята дисциплина и не само и непременно в тясна релация с изучаваната материя. Очакваме предложения, които биха спомогнали за опознаване от студентите на съвременния обществен и в частност стопански живот. Възможно е част от практиките да бъдат свързани с дейността на самия Колеж. Това могат да бъдат секретарски или организационни дейности, при които студентите подпомагат оперативната работа например по организиране и провеждане на някаква задгранична практика, подпомагане на някои функционални дейности в Колежа и т.н.



**Инструкция за организиране и провеждане на студентски практики в Колеж по мениджмънт,  
търговия и маркетинг - София**

За да се въведе добра организация в дейност, която ще бъде твърде голяма по обем, разнообразна по тематика и място на изпълнение, а същевременно и нова за Колежа, предлагаме на всички колеги да се запознаят предварително чрез д-р Вл. Христов с предвижданата организация, документация, начин на планиране и т.н. Това ще направи, да се надяваме, и предстоящата среща по продуктивна.

**ОТ РЪКОВОДСТВОТО**