

Воронежский институт высоких технологий – автономная некоммерческая
образовательная организация высшего образования
(ВИВТ-АНОО ВО)

ОТЧЁТ о прохождении практики

Производственная практика (преддипломная)
(вид практики)

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Управление малым бизнесом»

Студентки 5 курса, группы МЗ-151 форма обучения заочная

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧОМ ЗА 1-3 ДНЯ
(фамилия, имя, отчество)

Период практики с «08» мая 2020 г. по «05» июня 2020 г.

Студент _____
(подпись)

Руководитель практики от института _____
(подпись) (ФИО)

Оценка защиты _____

Дата защиты «___» _____ 20__ г.

Содержание

Введение.....	3
1. Общая характеристика деятельности АНО «Доступ Открыт».....	4
2. Стратегия развития организации АНО «Доступ Открыт».....	6
2.1 Анализ внешней, внутренней среды, макросреды и ресурсов организации.....	6
2.2 Анализ стратегии организации АНО «Доступ Открыт».....	12
Заключение.....	17
Список литературы.....	18

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**

Введение

Цель преддипломной практики - научно-исследовательская деятельность по сбору, обобщению и подготовке материала для выпускной квалификационной работы.

Задачами преддипломной практики являются:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы конкретной организации по основным направлениям управленческой деятельности;
- приобретение опыта организационной и правовой работы на определенных должностях организации в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- развитие правовой культуры, как важнейшего условия успешного решения задач будущей профессиональной деятельности;
- изучение передового опыта по избранной специальности;
- овладение методами принятия и реализации на основе полученных теоретических знаний управленческих решений, а также контроля за их исполнением;
- овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению принципов деятельности и функционирования организаций, действующих на основе государственной и иных форм собственности;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания выпускной квалификационной работы.

Тема ВКР: «Стратегия развития организации на примере «Автономной некоммерческой организации содействия социальной интеграции инвалидов «Доступ открыт»».

1. Общая характеристика деятельности АНО «Доступ Открыт»

Общественное движение «Доступ открыт» – это содружество единомышленников, которые стремятся улучшить наш мир через добровольческую помощь окружающим.

Местонахождение: 142172, г.Москва, г.Щербинка, ул.Чапаева, д.8 кв.31.

В 2013-м году два друга – Александр Мягков и Алексей Голубев, инвалиды-колясочники с детства, решили создать интернет-сообщество «людей, равнодушных к проблемам инвалидов». И назвали его «Доступ закрыт». За год они нашли массу друзей, в том числе среди здоровых людей, которые поддержали эту идею. Общими усилиями они осуществили свою мечту и мечту многих инвалидов – попасть на самый крупный в России музыкальный фестиваль «Нашествие», организовали поездки на разнообразные культурные и развлекательные события Москвы, провели несколько собственных мероприятий и встреч с любимыми артистами: Вячеславом Бутусовым, Фёдором Бондарчуком, Юрием Шевчуком, Ильей Чертом и др.

В настоящее время Общественное движение «Доступ открыт» реализует проект «Инклюзивные клубы добровольцев», поддержанный Правительством Москвы в 4-х округах города, также организуем образовательные и развлекательные мероприятия.

Целью организации является:

- оказание помощи, предоставление услуг на безвозмездной или на льготной основе гражданам (включая инвалидов, малоимущих и иных социально незащищенных слоев населения) некоммерческим организациям;
- просвещение населения;
- максимальное включение инвалидов в социальную среду, включая обеспечение занятости населения;
- защита прав и свобод человека и гражданина;

- повышение уровня и качества жизни инвалидов, создание доступной и безбарьерной среды.

Ключевые направления:

- Реализация волонтерских проектов, направленных на помощь всем слабозащищённым слоям населения;

- Организация инклюзивных, образовательных, культурных и спортивных мероприятий;

- Защита прав людей с инвалидностью, оказание бесплатных юридических консультаций, представление их интересов в суде;

- Организация программ, развивающих личные качества и мотивацию;

- Популяризация идей добровольчества, благотворительности.

Коммуникационные цели:

1. Повышение информированности людей с инвалидностью о возможностях занятия волонтерской деятельностью;

2. Информирование местных властей о деятельности клубов «Доступ открыт»;

3. Популяризация добровольчества;

4. Формирование информационного поля единой структуры независимых НКО на базе инклюзивных клубов;

5. Организация здоровой конкуренции с объединениями инвалидов при ЦСО;

6. Информирование здоровых людей о возможности участвовать в деятельности инклюзивных клубов.

2. Стратегия развития организации АНО «Доступ Открыт»

2.1 Анализ внешней, внутренней среды, макросреды и ресурсов организации

Целевая аудитория АНО «Доступ открыт»:

Сегмент 1:

Люди с инвалидностью (колясочники, ДЦП, по зрению) ведущие самостоятельный, активный образ жизни, имеющие работу / занимающиеся любым видом деятельности (волонтерство, спорт, творчество). Личный доход 15-40 т.р. в месяц.

Основная цель клубов – объединить здоровых волонтеров и волонтеров с инвалидностью. Если вы живёте по принципу: «Мне бы кто помог!», ситуация не будет меняться в корне. Только мы сами, люди с инвалидностью, можем изменить отношение общества и государства к нам и нашим проблемам. Начинать нужно с себя и помочь тому, кому ещё труднее, чем тебе. Многие из наших участников с инвалидностью уже включились в процесс и помогают каждый кто чем может. Это даёт моральное удовлетворение от осознания своей значимости и вовлечённости в процесс общего дела.

Сегмент 2:

Спонсоры / доноры (крупные и мелкие предприниматели, посетители наших мероприятий, друзья и друзья друзей) – люди, которые делают регулярные / нерегулярные пожертвования в другие организации / фонды, имеющие среди знакомых людей с инвалидностью. Личный доход 20 – 200 т.р.

Сейчас множество фондов и организаций просят о финансовой помощи и поддержке. Мы не исключение, и у нас есть реальное наглядное объяснение тому, на что мы тратим деньги. Мы проводим разноплановые мероприятия: семинары, концерты, творческие встречи, на которые приглашаем спикеров, музыкантов. Они выступают безвозмездно, но мы не можем им предоставить даже микрофон. У нас есть нереализованные

проекты с использованием логотипа организации – печать на футболках, печать буклетов и визиток. На всё это нужны деньги, которых у нас нет. Любая помощь даёт нам возможность развиваться и делать своё дело лучше и эффективнее. Мы всегда благодарим наших спонсоров, упоминаем их на сайте и в соцсетях. Это даёт вам дополнительную рекламу и позитивный имидж компании, которая помогает людям с инвалидностью.

Сегмент 3:

Популярные музыканты, артисты. Кто поддерживали ранее, предоставляли бесплатные билеты и приезжали на встречи, а также те, кто готов поддержать в будущем.

Организация выросла из сильного желания двух колясочников попасть на концерт любимой группы. Они побывали на том концерте и с тех пор началась череда концертов и мероприятий, на которые был открыт доступ многим и многим людям с инвалидностью. Нас уже поддерживают такие известные музыканты как Илья Чёрт, Вадим Самойлов, Родион Газманов, Евгений Феклистов. Обычно после таких встреч музыканты и артисты благодарят нас за организацию, говорят, что сами получили удовольствие и заряд от наших зрителей. Ну а зрители, люди с инвалидностью, всегда рады живому, доступному общению с любимыми артистами и просят проводить такие встречи почаще. В итоге обе стороны получают позитивные эмоции, и мы все вместе делаем одно большое нужное дело. Поэтому мы всегда рады сотрудничеству, активно пишем о тех, кто нас поддерживает, на сайте и в соцсетях. А артисты и музыканты на собственном опыте убеждаются, что помогать просто.

Сегмент 4:

Чиновники, депутаты, работники ЦСО и других госучреждений – как заинтересованные, так и не заинтересованные в помощи маленьким НКО.

Нас очень много – мелких и крупных НКО, которые просят о помощи и поддержке. Мы готовы взять на себя обязанности ЦСО по проведению культурно-досуговых мероприятий для молодёжи с инвалидностью. У нас

есть 5-летний опыт организации и проведения таких мероприятий, контакты многих популярных музыкантов и артистов, с которыми мы уже успешно проводили концерты.

У нас есть своя аудитория постоянных участников и зрителей с инвалидностью, которые активно принимают участие в наших мероприятиях. У нас нет постоянного финансирования – и в этом основная проблема почему мы не можем развиваться и делать наши мероприятия чаще и масштабнее.

Таблица 1 - Целевая аудитория АНО «Доступ открыт» по сегментам 1 и 2

	Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
1	Определите пол, возраст, деятельность	М/Ж, 20-50 лет, получают пенсию по инвалидности, работают/не работают, есть семья, дети/нет семьи, живут с родителями, много времени проводят в интернете.	М/Ж, 30-60 лет, постоянно заняты на работе, крайне мало свободного времени, как правило семейные.
2	В какой стране/городе проживает?	Россия, Москва и другие крупные города	Россия, Москва и другие крупные города
3	Сайты и социальные сети, где часто бывает	ВК, Фейсбук, YouTube, ОК, инстаграм, WhatsApp, форумы для инвалидов	ВК, Фейсбук, ОК, инстаграм, YouTube, WhatsApp
4	Какие у него приоритеты и жизненные ценности?	Найти «вторую половинку», заработать денег, потому что пенсии не хватает	Обеспечить семью, развивать бизнес, личностный рост, успешная карьера.
5	Есть ли у него специфический сленг, услышав который он обратил бы внимание?	Инклюзия, инва, ДЦП, человек с ОВЗ, доступная среда	У каждого свой в своей сфере
6	Какие эмоции вызывает у него ваш продукт (возможно повышает статус,	Скептицизм. Про инвалидность и другие соц.проблемы говорится много, а жизнь лучше не становится. Быть таким же активным,	Я тоже помогаю, я молодец! Попасть в кадр, стать

	позволяет чувствовать себя особенным)?	крутым, попасть в кадр	известным, увеличить доход.
7	Какие решения он пробовал раньше, и почему они ему не помогли?	Другие YouTube каналы, где каждый снимает сам, даже инвалиды ради своей личной выгоды	Разовые пожертвования, либо регулярные: не было чёткой наглядности, тех людей, которым он помог. Вообще никогда не делал пожертвований – бессмысленная трата денег, всё равно всем не поможешь (не чувствовал морального удовлетворения)
8	Как он представляет себе идеальное решение своей проблемы?	Большая пенсия, есть семья и дети. Людям с инвалидностью открыты все двери и дороги, повсюду доступная среда, нет нищих, сирот и брошенных стариков.	Нет необходимости в пожертвованиях вообще. От регулярных пожертвований виден осязаемый наглядный результат (новая коляска для инвалида, концерт в доме престарелых и т.п.)
9	Чего он больше всего боится?	Одиночества, потерять пенсию, что так и останется стереотип об ущербности инвалидов и косые взгляды в обществе	Банкротства, испорченной репутации, выглядеть лохом в глазах знакомых
10	О чем он думает большую часть времени?	Как найти «вторую половинку», заработать денег, обеспечить себе доступное жилье и доступную среду, как пройти лечение/реабилитацию/комиссию	О работе, о семье
11	Как изменится его жизнь после решения его проблемы?	Появится семья, не будет одиночества, комфортная жизнь без лестниц и т.п.	Моральное удовольствие от осознания своей значимости и помощи другим, более слабым людям
12	Как он узнал о Вас?	Сайт, группы в ВК и ФБ, рассказали друзья	Через соцсети, есть знакомые с инвалидностью
13	Какие надежды он связывает с Вашим предложением?	Распространение информации=освещение проблемы, привлечение внимания к проблемам	Доп.вложение в рекламу, реальная помощь реальным людям

14	В чем он продолжает сомневаться?	Это снова ничего не изменит	Вложения будут напрасными
----	----------------------------------	-----------------------------	---------------------------

Таблица 2 - Целевая аудитория АНО «Доступ открыт» по сегментам 3 и

4

	Вопрос	Сегмент 3	Сегмент 4
1	Определите пол, возраст и деятельность	М/Ж, 30-60 лет, постоянно заняты на работе, крайне мало свободного времени, как правило семейные.	М/Ж, 30-70 лет, постоянно заняты на работе, крайне мало свободного времени, как правило семейные.
2	В какой стране/городе он проживает?	Россия, Москва и СПб	Россия, Москва
3	Сайты и социальные сети, где он часто проводит время	Инста, ВК, ФБ. Всё это по работе и не для развлечения, вотсап и телеграм	Инста, ФБ. Всё это по работе и не для развлечения, вотсап и телеграм
4	Какие у него приоритеты и жизненные ценности?	Заработок, популярность, творчество, семья	Заработок, карьера (у многих просто задача удержаться на своём месте) и семья.
5	Есть ли у него специфический сленг, как у специалиста, услышав который он обратил бы внимание на продукт?	Наверное да, музыкальный))	Наверное нет
6	Какие эмоции вызывает у него ваш продукт (возможно повышает статус, позволяет чувствовать себя особенным)?	Они обычно не верят, что такие организации как мы, существуют)))) Удивляются, что мероприятия проводят сами инвалиды, после говорят, что сами получили заряд эмоций от таких встреч.	Какую пользу мы можем принести во всех смысла
7	Какие решения он пробовал раньше, и почему они ему не помогли?	Последнее время люди привыкли к крупным фондам из ТВ, которые в основном заточены на	Затрудняюсь ответить

		бизнес. У нас видно, что идёт изначально от души. Нам тоже нужны пожертвования, гранты и тд, но все-таки сначала идёт «творческая составляющая»	
8	Как он представляет себе идеальное решение своей проблемы?	Нет необходимости его участия вообще	Нет необходимости его участия вообще
9	Чего он больше всего боится?	Испорченной репутации, выглядеть лохом в глазах знакомых, банкротства	Испорченной репутации, выглядеть лохом в глазах знакомых, банкротства
10	О чем он думает большую часть времени?	О работе и творчестве, о семье	О кадровых перестановках, изменениях «наверху», постоянных переменах в его ведомстве. Также о семье, развлечениях, удовольствиях
11	Как изменится его жизнь после решения его проблемы?	Моральное удовольствие от осознания своей значимости и помощи другим, более слабым людям	Затрудняюсь ответить
12	Как он узнал о Вас?	Личный контакт по телефону	Личный контакт по телефону, от знакомых, из писем просьб
13	Какие надежды он связывает с Вашим предложением?	Реальная помощь реальным людям, PR	Мы сможем закрыть хоть немного социальные проблемы, через нас найти PR.
14	В чем он продолжает сомневаться?	Затраченное время будет напрасными	Затраченное время будет напрасными

Конкуренты у «Доступ открыт», преимущественно, общественные объединения инвалидов при Центрах Социального Обслуживания населения префектур Москвы.

Есть аналогичные объединения инвалидов в других регионах России, но к развитию проекта в Москве они не имеют отношения и могут быть

рассмотрены в качестве партнёров при расширении деятельности клубов «Доступ открыт» за пределы Москвы и Московской области.

2.2 Анализ стратегии организации АНО «Доступ Открыт»

Инструменты коммуникаций:

1.ИНВАЛИДЫ

Репортажи с мероприятий, интервью, видео-ролики, посты в соцсетях, интеграция информации в профильные сообщества

2.МЕСТНЫЕ ВЛАСТИ

Личные визиты руководителей клубов, взаимодействие с пресс-службами окружных префектур, районные СМИ.

3.ЦСО

Личные визиты руководителей клубов, взаимодействие с пресс-службами окружных префектур, районные СМИ.

4.ЗДОРОВЫЕ ЛЮДИ

Общение в группах по интересам в соцсетях, социальная реклама на популярных каналах Ютуб, и блогеров, социальная реклама в СМИ – районных и городских.

Каналы коммуникаций:

1.ИНВАЛИДЫ

Группы по интересам, профильные СМИ, радио и ТВ-программы

2.МЕСТНЫЕ ВЛАСТИ

Городские и районные СМИ, собственные пресс-службы префектур, личные встречи с руководителями

3.ЦСО

Городские и районные СМИ, собственные пресс-службы префектур, личные встречи с руководителями

4.ЗДОРОВЫЕ ЛЮДИ

Группы по интересам, социальная реклама на популярных каналах Ютуб, и у блогеров, социальная реклама в СМИ – районных и городских, объявления в подъездах, магазинах, ДК, библиотеках и др. общественных местах.

КРІ для каждого канала коммуникаций:

1.Соцсети (Facebook, ВКонтакте, Instagram):

Рост числа подписчиков, повышение узнаваемости, рекомендаций (сарафанное радио)

2.СМИ:

Публикации новостей и репортажей с мероприятий, интервью с волонтерами с инвалидностью, публикация историй достижений людей с инвалидностью.

3.Мероприятия:

Рост узнаваемости и популярности клубов, укрепление репутации, формирование доверия, рост числа членов клуба, отзывы.

4.Социальная реклама:

Повышение узнаваемости, рост числа участников.

План коммуникаций:

1. Рассылка с приглашением.

2. Продвижение группы в соцсети Facebook, Вконтакте, аккаунта в Instagram.

3. Организация опросов среди инвалидов и здоровых людей – жителей округов - с целью получения обратной связи для корректировки действий.

4. Приглашение партнёров – спикеров, артистов на мероприятия клубов.

Основной упор – на продвижение через соцсети (социальная реклама, партнерские посты, обмен информацией).

5. Социальная реклама в подъездах и общественных местах.

АНО «Доступ Открыт» учувствует в проекте: Инклюзивные клубы добровольцев.

Инклюзивные клубы добровольцев – это пространство в формате клубов «по интересам», где люди с ограниченными возможностями здоровья вместе со здоровыми людьми реализуют добровольческие инициативы направленные на разностороннюю помощь окружающим.

Проект образован в 2017г. и выиграл в конкурсе субсидий Комитета общественных связей г. Москвы. Победа в конкурсе позволила нам открыть клубы в 4-х административных округах столицы: ТиНАО, ЮЗАО, СЗАО, ЮВАО, которые работают на базе различных социальных учреждений. В течении летнего периода 2018 года представители клубов приняли участие в «Большом фестивале добровольцев» (парк «Сокольники»), в «Московском фестивале волонтеров» (сад «Эрмитаж»).

На сегодняшний день проект продолжает работать, его участники проводят бесплатные образовательно-просветительские и досуговые мероприятия, периодически помогают в качестве волонтеров на районных и городских событиях. Таким образом в очередной раз было доказано, что люди с инвалидностью готовы стать частью добровольческого движения нашей страны, если им дать эту возможность.

При этом запланировано привлечение добровольцев с инвалидностью к организации и проведению инклюзивного форума и круглых столов в административных округах на тему проблем маломобильных жителей Москвы. По итогу нашего проекта в каждом из созданных клубов будет образован свой самостоятельный добровольческий проект.

Полагаем, что данные мероприятия окажут значительную пользу в формировании инклюзивного общества, повышению гражданской активности самих людей с ограниченными возможностями здоровья и их социализации, а также развитию добровольческого движения в городе в целом.

АНО «Доступ открыт» сотрудничает с профильными организациями, такими как, например, ГБУ «Ресурсный центр по развитию и поддержке волонтерского движения Мосволонтер», ГБУ «Московский дом

общественных организаций», Управлениями социальной защиты населения ряда округов, что позволит нам реализовать проект с максимальной эффективностью. Уже есть предварительные договорённости с рядом учреждений о создании инклюзивный клубов добровольцев и совместной работе, о чем свидетельствуют приложенные письма поддержки.

Цель:

1. Социальная адаптация и интеграция людей с ограниченными возможностями здоровья посредством их вовлечения в добровольческую деятельность.

2. Улучшение качества доступной среды в городе через участие самих людей с ОВЗ в достижении этого.

3. Повышение гражданской активности и популяризация добровольчества, благотворительности.

Задачи:

1. Информировать и привлечь целевую аудиторию.

2. Организовать и провести 6 ознакомительных мероприятий для ЦА, по итогам которых создать 6 клубов добровольцев.

3. Обучить добровольцев навыкам организации мероприятий (EVENT-менеджмент), PR и SMM, социальному проектированию, управлению проектами, ведению фандрайзинговых и краудфандинговых кампаний.

4. Организовать и провести круглые столы в округах на тему формирования инклюзивного общества и улучшения качества городской инфраструктуры для маломобильных групп населения, с участием представителей исполнительных и законодательных органов власти, а также других общественных организаций.

5. Организовать и провести форум на тему инклюзивного добровольчества и вовлечения людей с ОВЗ в общественную деятельность, на котором также будут подведены итоги проекта.

6. Выявить и определить 6 добровольческих проектов, которыми в дальнейшем займутся участники созданных клубов.

Обоснование социальной значимости:

Люди с инвалидностью на собственном жизненном опыте знают о проблемах, существующих в социальной сфере. Поэтому они самые лучшие эксперты в таких вопросах, как доступная городская среда, инклюзивное образование, лекарственное обеспечение и многих других.

Присоединяясь к проекту, волонтеры с ограниченными возможностями здоровья будут принимать активное участие в добровольческом движении, помогать властям выявлять недостатки доступной среды в городе и улучшать таким образом качество жизни людей с инвалидностью.

Кроме того, проект служит отличной мотивацией для всех нас приобщиться к добровольческому движению, потому что если этим занимаются даже те, кому самим необходима поддержка, то помощь окружающим — это действительно просто, и естественно для каждого человека.

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU

Заключение

В ходе прохождения преддипломной практики был собран материал, необходимый для написания отчета. Во время прохождения преддипломной практики, мною были выполнены все задачи, которые были поставлены.

Практика проходила в Общественном движении «Доступ открыт» – это содружество единомышленников, которые стремятся улучшить наш мир через добровольческую помощь окружающим.

Создатели и многие активисты движения имеют инвалидность, поэтому содействие социальной интеграции таких людей в общество является приоритетным направлением нашей деятельности.

Уникальность «Доступ открыт» состоит в том, что мы объединяем добровольцев с инвалидностью и добровольцев, не относящихся к людям с ограниченными возможностями здоровья – вместе они занимаются волонтерством и благотворительностью.

Результаты:

- Постоянно пополняющиеся ряды добровольцев, включая добровольцев с инвалидностью;
- Активно развивающаяся сеть клубов добровольцев в Москве;
- 4 ежегодных фестивалей волонтеров в центральных парках столицы.

Общественное движение «Доступ открыт» не является сторонниками каких-либо политических сил. Сотрудничает со многими государственными и бизнес-структурами, частными лицами, в том числе с известными деятелями культуры и спорта.

Данная преддипломная практика является хорошим практическим опытом для дальнейшей самостоятельной деятельности. За время пройденной практики я познакомилась с новыми интересными фактами. Закрепила свои теоретические знания, лучше ознакомилась со своей профессией, а также данный опыт послужит хорошей ступенькой в моей дальнейшей карьерной лестнице.

Список литературы

1. Авдеев, В. В. Управление персоналом. Оптимизация командной работы : реинжиниринговая технология [Электронный ресурс] : практикум / В. В. Авдеев. – Электрон. текстовые дан. – Москва : Финансы и статистика, 2013. – 256 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/18855*
2. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / под ред. В. З. Черняка, Г. Г. Чараева. – Электрон. текстовые дан. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 591 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/10492*
3. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. – Электрон. текстовые дан. – 8-е изд. – М. : Дашков и К, 2014. – 446 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/24799*
4. Герчикова, И. Н. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для вузов / И. Н. Герчикова. – Электрон. текстовые дан. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 511 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/15396*
5. Дейнека А.В. Управление персоналом организации [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Дейнека А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 288 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52294*
6. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. А. Дубровин. – Электрон. текстовые дан. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2013. – 431 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/24774*

7. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Р. А. Исаев. – Электрон. текстовые дан. – Москва : Дашков и К, 2013. – 264 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/24800*
8. Орлова, П. И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. И. Орлова ; под ред. М. И. Глухой. – Электрон. текстовые дан. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и Ко, 2014. – 286 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/22392*

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ
ПОД КЛЮЧ ЗА 1-3 ДНЯ
9186862@MAIL.RU
VAKADEME.RU**