



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

Школа экономики и менеджмента

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Школы
экономики и менеджмента

Е.Б. Гаффорова

« 28 » июня 2018 г.

СБОРНИК ПРОГРАММ ПРАКТИК

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.03.02 Менеджмент

Программа прикладного бакалавриата

Профиль: Маркетинг

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2018

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Сборника программ практик

По направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль: Маркетинг

Сборник программ практик составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.02 **Менеджмент** приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016г. № 7.

Сборник программ практик включает в себя:

- 1 Учебная практика (по получению первичных профессиональных умений и навыков)
- 2 Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности))
- 3 Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности))
- 4 Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности))
- 5 Производственная практика (преддипломная)

Рассмотрена и утверждена на заседании Ученого совета ШЭМ «28» июня 2018 года
(Протокол № 8)

Руководитель
образовательной программы


Е.Б. Гаффорова

Заместитель директора Школы
экономики и менеджмента по учебной
и воспитательной работе


И.А. Мохирева



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)


ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

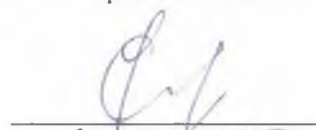
Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,
коммерции и логистики


Е.Б. Гаффорова
« 20 » 05 20 16 г.


И.М. Романова
« 20 » 05 20 16 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

по получению первичных профессиональных умений и навыков

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент _____

Профиль подготовки _____ Маркетинг _____

Квалификация (степень) выпускника _____ бакалавр _____

г. Владивосток
2016

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.01.2016 № 7;
- образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата (далее – ОС ВО ДВФУ) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, принят решением Ученого совета ДВФУ, от 25.02.2016 № 02-16 и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 04.04.2016 № 12-13-593;
- устава ДВФУ;
- внутренних нормативных актов и документов ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Целями учебной практики являются:

- закрепление, углубление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базовой части;
- приобретение первичных профессиональных навыков в будущей профессиональной деятельности;

- наработка опыта по сбору и систематизации информации, необходимой и достаточной для решения поставленных задач в области профессиональной деятельности;
- освоение навыков проведения контент-анализа на основе анализа ведущих рецензируемых российских и зарубежных изданий;
- освоение навыков организации исследовательского процесса, в том числе разработки методического подхода к исследованию, рабочего инструментария (анкет для опроса потребителей, экспертов; листов наблюдения и проч.);
- формирование и применение у обучающихся компетенций, необходимых для научно-исследовательской деятельности и обеспечивающих реализацию научных проектов (выполненных самостоятельно или в составе творческого коллектива);
- овладение навыками разработки презентаций и публичной защиты результатов практики перед компетентной аудиторией;
- приобретение навыков работы в команде.

Основными принципами проведения учебной практики студентов являются: интеграция знаний, профессионально-практической и научно-исследовательской деятельности студентов.

3. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Задачами учебной практики по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент в разрезе видов профессиональной деятельности являются:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации;
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации;
- контроль деятельности команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

предпринимательская деятельность:

- организация и ведение предпринимательской деятельности.

4. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.У.1) и является обязательной.

Для успешного прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;
- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять ос-

новые методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией;

– способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проходит в 4-м семестре, является первой из 5-ти практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг». Содержание учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Основы современных образовательных технологий», «Социология», «Теория менеджмента», «Экономическая теория», «Теория организации», «Основы маркетинга», «Эконометрика в менеджменте».

В результате прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Маркетинговые исследования», «Управление маркетинговыми коммуникациями», «Маркетинг по сферам деятельности», «Основы управления маркетингом», «Торговый маркетинг».

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способ проведения – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – концентрированная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 4-ом семестре на 2 курсе.

Место проведения практики – учебная практика может проводиться в сторонних организациях, соответствующих профилю подготовки бакалавра, располагающих квалифицированными кадрами для руководства практикой, и необходимой материально-технической и информационной базой, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1: владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умения проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; <i>(формируется частично: владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды)</i>	знает (пороговый уровень)	основы теорий мотивации, лидерства и власти, способы разрешения конфликтных ситуаций
	умеет (продвинутой)	организовывать групповую работу; применять методы оценки взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ПК-2: владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде;</p> <p>ПК-3: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-4: умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p> <p><i>(формируется частично: умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации);</i></p> <p>ПК-5: способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;</p>	владеет (высокий)	различными способами разрешения конфликтных; навыками стратегического анализа стратегии организации
<p>ПК-6: способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p> <p><i>(формируется частично: способностью участвовать в управлении проектом);</i></p> <p>ПК-7: владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p> <p><i>(формируется частично: умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ);</i></p> <p>ПК-8: владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них
	владеет (высокий)	оценкой эффективности проектной деятельности

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;		
<p>ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли <i>(формируется частично: способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли);</i></p> <p>ПК-10: владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления <i>(формируется частично: владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений);</i></p> <p>ПК-11: владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;</p> <p>ПК-12: умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>ПК-13: умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;</p> <p>ПК-14: умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета <i>(формируется частично: умение применять ос-</i></p>	знает (пороговый уровень)	подходы к анализу и оценке внешней среды
	умеет (продвинутой)	оценивать поведение потребителей и условия формирования спроса, исследовать конкурентную среду рынка
	владеет (высокий)	навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		
<p>новые принципы и стандарты финансового учета);</p> <p>ПК-15: умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (формируется частично: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений);</p> <p>ПК-16: владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (формируется частично: владением навыками оценки инвестиционных проектов);</p>			
<p>ПК-17: способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;</p> <p>ПК-18: владением навыками создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);</p> <p>ПК-19: владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;</p> <p>ПК-20: владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке а анализу стратегии организации	
	умеет (продвинутой)	оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи, анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, а также внутреннюю документацию компаний	
	владеет (высокий)	навыками применения количественных и качественных методов анализа, обеспечения реализации социальной ответственности бизнеса	

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 недели / 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Подготовитель	Инструктаж по технике	4,0	2,0	Регистрация в журнале,

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
	ный этап	безопасности			собеседование
		Консультацию по организации учебной практики	2,0	–	Групповые консультации
2	Разработка методического подхода к выполнению поставленного задания	Постановка исследовательского вопроса	2,0	2,0	Проверка разработанного методического подхода
		Подбор и обоснование методов исследования	4,0	3,0	
		Расчет объема выборки	2,0	2,0	
		Определение особенностей исследуемого процесса и проч.	8,0	6,0	
3	Сбор требуемой (необходимой и достаточной) кабинетной информации	Посещения фундаментальной библиотеки ДВФУ	6,0	6,0	Собеседование, анализ проведенного кабинетного исследования, проверка релевантности используемых источников информации
		Поиск информации посредством работы с официальными базами данных, с периодической печатью, с сайтами сети интернет и проч.	6,0	4,0	
		Контент-анализ собранной информации, систематизация полученных данных	4,0	2,0	
4	Планирование полевого исследования	Разработка инструментария (анкет, опросных листов, листов наблюдения), инструкций для интервьюеров, маршрутных листов и проч.	12,0	6,0	Проверка рабочего инструментария, в том числе анкет, опросных и маршрутных листов
5	Реализация полевого исследования	Посещение предприятий розничной торговли с целью проведения наблюдения	10,0	10,0	Проверка листов наблюдения
		Опрос потребителей	5,0	5,0	Проверка анкет
		Опрос экспертов	5,0	5,0	Проверка экспертных листов
6	Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	6,0	4,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	6,0	6,0	Проверка инфографики
		Построение графиков, диаграмм	4,0	4,0	
7	Генерирование идей и принятие управленческих решений по результатам кабинетных и полевых	Систематизация кабинетных и полевых исследований	4,0	1,0	Собеседование
		Выдвижение идей и гипотез в области принятия управленческих решений	4,0	2,0	
		Подбор аргументов в пользу выдвинутых управленческих решений на основе результатов	4,0	2,0	

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
		исследования			
8	Подготовка итогового отчета по учебной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	6,0	6,0	Публичная защита отчета с презентацией в Power Point
		Подготовка презентации	4,0	4,0	
Итого			108,0	82,0	–

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

– Подготовительный этап

Вопросы для собеседования

1. Поясните причины ведения Дневника практики.
2. Перечислите основные правила поведения студента на рабочем месте в момент прохождения практики.
3. Перечислите правила внутреннего распорядка во время прохождения учебной практики.
4. Укажите, каким образом должно быть оборудовано рабочее место студента во время прохождения практики.
5. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
6. Перечислите права студента во время прохождения практики.
7. Укажите, что должен предпринять студент в случае получения производственной травмы.

– Разработка методического подхода к выполнению поставленного задания

Контрольные вопросы

1. Перечислите структурные элементы методического подхода к исследованию.
2. Чем отличаются цели от задач исследования, сопоставьте их.

3. Правила постановки гипотез исследовательского проекта.
4. Структурные элементы календарного плана исследования.
5. Пилотная выборка: объем, требования, апробация.
6. Правила проведения «мозгового штурма» при разработке рабочего инструментария исследования.
7. Методы сбора данных: характеристика и условия применения.
8. Методы анализа данных: условия применения.
9. Исследовательский вопрос: правила постановки, аргументация.
10. Методы определения объема выборки.
11. Состояние и тенденции развития рынка: показатели для анализа, методы анализа, подходы к подаче материала.
12. Характеристики, определяемые особенности исследовательского процесса.
13. Показатели, характеризующие товарное предложение.
14. Показатели, характеризующие спрос (реальный и потенциальный).
15. Методы определения емкости рынка.

– Сбор кабинетной информации

Контрольные вопросы

1. Перечислите известные вам базы данных.
2. Методы определения релевантности информации.
3. Перечислите профессиональные журналы в области торгового дела.
4. Перечислите профессиональные порталы по торговому делу (в том числе маркетингу и коммерции).
5. Правила сбора кабинетной информации.
6. Укажите к чему приводит избыток информации.
7. Укажите к чему приводит недостаток информации.
8. Какие предъявляются требования к экспертам.
9. Что представляют собой формы для табулирования данных.
10. Подходы к проведению контент-анализа.

11. Внутренняя и внешняя достоверность данных.

– Планирование полевого исследования

Контрольные вопросы

1. Правила составления анкет для опроса потребителей.
2. Глубинное интервью: условия применения.
3. Качественные и количественные методы сбора данных.
4. Инструкция для интервьюера: требования к составлению.
5. Требования к разработке листов для экспертного опроса.
6. Критерии выбора экспертов.
7. Механизмы тестирования рабочего инструментария.
8. Лист наблюдения: параметры для исследования, правила составления.
9. Неструктурированное наблюдение: причины проведения.
10. Пилотное исследование: правила проведения.

В процессе разработки методического подхода студентам необходимо заполнить квот-листы

Квот-лист № _____

Ф.И.О. интервьюера: _____

Таблица квот по мужчинам

Возрастная группа	Количество опрошенных												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
18-25													
26-35													
36-45													
46-54													
55-60													

Таблица квот по женщинам

Возрастная группа	Количество опрошенных													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
18-25														
26-35														
36-45														
46-54														
55-60														

– Реализация полевого исследования

Контрольные вопросы

1. Правила составления маршрутного листа.
2. Этика поведения исследователя во время опроса потребителей.
3. Подходы к выбору мест проведения анкетного опроса.
4. Правила работы исследователя с экспертами.
5. Методы он-лайн опросов потребителей и экспертов.
6. Методы фиксации данных в листах наблюдения.
7. Проблемы, с которыми сталкивается исследователь и пути их решения.
8. Роль супервайзера в исследовательском процессе.

Методические указания по реализации полевого исследования

Основные моменты организации проведения интервью

1. Интервью проводится в указанном месте и в назначенное время (время и место указаны в листе маршрута).
2. Интервью проводится с респондентами, указанными в квот-листе.
3. Когда вы увидите Вашего потенциального респондента, подойти к нему, приветливо попросить принять участие в опросе.
4. В случае отказа респондента от участия в опросе, также приветливо, улыбаясь сказать спасибо, извиниться и попрощаться с ним.
5. Если около места опроса находится лавочка, можно вежливо попросить респондента присесть для удобства проведения интервью.
6. Вопросы необходимо задавать с интонацией, удобной для восприятия респондентом информации.
7. Анкета находится у Вас в руках, карточки, составленные по некоторым вопросам, отдать в руки респондента, когда подойдет очередь данного вопроса.
8. После проведения интервью выразить благодарность и попрощаться с респондентом.
9. Заполняйте анкету ручкой выбранный вариант обводить в кружок.
10. Меняя словосочетания местами – не менять смысл вопроса!

Трудности, с которыми Вы можете столкнуться во время реализации проекта:

1. Респондент может оказаться от проведения интервью.

Вы можете заметить, что респондент устал отвечать на вопросы (неохотно отвечает, внимание рассеяно, респондент задаёт вопросы типа «Долго там?», «Скоро ещё?» и т.п.). Дайте понять респонденту, что интервью не займёт у него много времени. Обратите внимание на свою интонацию! Возможно, ваш монотонный голос заставляет респондента скучать. Постарайтесь чаще улыбаться! Подключите своё обаяние и артистизм. Ни в коем случае не давайте респонденту скучать!

– Анализ и обработка собранной информации

Контрольные вопросы

1. Правила к составлению баз данных.
2. Методы анализа данных: преимущества и недостатки.
3. Методы проверки качества анкет.
4. Правила составления инфографики: гистограмм, схем и проч.
5. Подходы к переводу качественной информации в количественную.

– Генерирование идей и принятие управленческих решений по результатам кабинетных и полевых исследований

Контрольные вопросы

1. Система поддержки решений: место и роль в принятии управленческих решений.
2. Перечислите источники идей.
3. Что представляет собой управленческое решение
4. Правила проведения «мозгового шторма».
5. Виды и направления управленческих решений.
6. Обоснование управленческих решений.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

В рамках учебной практики возможно выполнение двух вариантов задания. Выбор варианта зависит от уровня базовых знаний и приобретенных компетенций. Студент вправе выбирать любой вариант по своему усмотрению.

*Вариант задания для студентов очной формы обучения (продвину-
тый уровень) – исследовательский проект*

Основная задача, которая стоит перед студентами при прохождении практики – разработка и реализация исследовательского проекта.

Возможные цели исследовательского проекта:

- 1) анализ рынка;
- 2) измерение ценности бренда;
- 3) отношение потребителей к предприятиям розничной торговли в раз-
резе разных форматов и проч.

Каждая группа студентов выбирает предложенное направление исследо-
ваний в соответствии с научным направлением кафедры:

- Интернет-торговля;
- стационарная розничная торговля;
- общественное питание;
- оптовая торговля и проч.

В рамках исследовательского проекта студенты выполняют разные
функции:

1. Группа управления проектом:

- группа топ-менеджеров;
- группа менеджеров;
- аналитики.

2. Интервьюеры

*Задачи для группы управления (топ-менеджеры, менеджеры, аналити-
ки)*

- разработать программу исследования рынка;
- разработать формы для сбора данных (например, анкета, матрица опроса экспертов и др.);
- провести необходимые расчеты (генеральная совокупность, объем выборки и т.д.);
- выдать задание каждой рабочей группе на каждом этапе;
- контролировать ход выполнения всех исследований (разработать график контроля, составить отчет о проведении контроля);
- организовать проведение мозговых штурмов для обсуждения проблем исследования;
- обработать результаты всех исследований;
- сделать выводы по результатам исследования;
- подготовить отчеты по исследованию каждого рынка.

Должностные инструкции группы топ-менеджеров

- разработка программы исследования рынка;
- организация «мозгового шторма» при разработке форм для сбора информации;
- контроль за разработкой форм для сбора данных;
- контроль за оперативным предоставлением аналитиками данных для расчета объема выборки;
- контроль хода выполнения всех исследований (разработать график контроля, составить отчет о проведении контроля);
- обработка результатов исследований;
- выводы по результатам исследований;
- подготовка отчета;
- презентация отчета.

Должностные инструкции группы аналитиков

- предоставление оперативных данных для расчета генеральной совокупности;

- проведение кабинетных исследований и подготовка отчета по ним.
- После этого этапа подключаются к работе группы менеджеров*
- участие в разработке форм для сбора данных;
- составление макета базы данных для обработки информации в Excel;
- обработка результатов исследований;
- выводы по результатам исследований;
- подготовка отчета;
- участие в подготовке презентации.

Должностные инструкции группы интервьюеров

- получение инструктажа и сдача экзамена на знание анкет;
- соблюдение графика проведения опросов;
- проведение опросов и наблюдений в обозначенных местах;
- своевременная сдача анкет.

***Задание по учебной практике для студентов очной формы обучения
(лидерский уровень)***

Основная задача, которая стоит перед студентами при прохождении практики – исследование товарного рынка.

Характеристика этапов учебной практики в рамках базового уровня:

– *на первом этапе* студент собирает вторичную информацию о состоянии исследуемой проблемы. Для этого анализируется информация из:

- 1) статистических сборников;
- 2) отраслевых и маркетинговых журналов («Маркетинг», «Практический маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Менеджмент в России и за рубежом», «Секрет фирмы», «Индустрия рекламы», «Эксперт», «БИКИ и т.д.);
- 3) деловых изданий (газеты «Золотой рог», «Конкурент», «Дальневосточный капитал» и т.д.);
- 4) местных электронных рекламных изданий;
- 5) блогов, сайтов, социальных сетей.

Вторичная информация – это информация, которая была собрана исследователем (например, автором той статьи, которую Вы прочитали в журнале и т.д.) для других (собственных) целей. Это означает, что информация Вам подходит, но ее необходимо переработать исходя из Вашей цели (цели Вашей работы).

– *второй этап*: в результате выполнения первого этапа студент должен представить в отчете:

1) характеристику предложения на рынке (кто продает? что продает? как продает? где продает? кому продает?), сравнить все предлагаемые товары (сравнения представлять в виде таблиц, схем и к ним комментарии по тексту);

2) характеристику инфраструктуры рынка, системы распределения (типы торговцев, реализующих данный товар, их статус и краткая характеристика, характеристика мест продажи данного товара, на рисунке изобразить сложившиеся каналы распределения данного товара, т.е. как товар доводится до конечного потребителя);

3) анализ количественных данных (объем розничного товарооборота в целом, в разрезе товарных групп; объем производства товаров народного потребления в целом и в разрезе товарных групп; товарные запасы; количество оптовых и розничных торговцев и т.д.);

4) характеристику спроса (кто покупает? где покупает? как покупает? для чего/кого и по какому поводу/причине покупает?);

5) провести сегментирование рынка по продукту (представить в виде рисунка с комментариями);

6) сделать выводы о тенденциях развития данного товарного рынка и проблемах, связанных с розничной продажей данного товара (т.е. перечислить проблемы, для решения которых розничному торговцу необходимо проводить исследование рынка).

– *четвертый этап*. Сбор первичной информации: выбрать одну проблему. Поставить цель исследования (чего Вы хотите достичь в результате опроса).

– *пятый этап*: табулировать собранную информацию. По каждому вопросу составить таблицу. Например, вопрос: Как часто вы покупаете сок? Варианты ответов: практически каждый день; 2-3 раза в неделю; раз в неделю; реже 1 раза в неделю; только по праздникам и т.п.; сок не покупаю.

– *шестой этап*. По результатам проведенных исследований сделать выводы (не менее 3 страниц), предложения по совершенствованию работы розничных предприятий при продаже данного товара.

Задание по учебной практике для студентов очной формы обучения (базовый уровень)

Основная задача, которая ставится при прохождении практики – выдвижение 3-5 концепций развития современного маркетинга. Для достижения поставленной цели студенты разбиваются преподавателем на проектные группы по пять человек. В каждой группе студентам необходимо определить руководителя проекта, менеджера проекта, аналитика проекта и креаторов. Руководитель проектной группы назначает ответственных за каждый этап исследования.

Структурно практика включает семь этапов. На первом этапе студенты разрабатывают методический подход к исследованию условий развития современного маркетинга, в котором прописывают актуальность, цели, задачи, направления исследования, определяют источники сбора информации, разрабатывают формы для табулирования данных и проч., а также методику экспертного опроса представителей бизнес-среды; на втором – проводят контент-анализ собранных статей, третий этап включает в себя выдвижение идей о концепциях маркетинга с применением метода «мозгового штурма», четвертый – характеристика выдвинутых концепций, пятый – проведение полевого исследования для подтверждения выдвинутых концепций путем экспертного опроса представителей бизнес-среды; шестой – табулирование со-

бранной информации, седьмой – подготовку отчета по результатам проведенного исследования.

Требования к сбору информации: студенты обязаны изучить не менее 30 оригинальных статей из специализированных и смежных изданий, в том числе профессиональных интернет - порталов и дискуссионных площадок, социальных сетей и блогов, провести контент-анализ данных статей и публикаций, выдвинуть гипотезы о возможных концепциях развития современного маркетинга.

По результатам учебной практики студенты сдают отчет и готовят презентацию в программе Power Point.

Форма контроля по итогам учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков – зачет с оценкой.

Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций представленных в таблице.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-1: владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умения проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; <i>(формируется частично: владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды)</i>	знает (пороговый уровень)	основы теорий мотивации, лидерства и власти, способы разрешения конфликтных ситуаций	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
Сформированные и систематические знания	Высокий			
ПК-2: владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на	умеет (продвинутый)	организовывать групповую работу; применять методы оценки взаимосвязи между	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не системати-	Базовый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p>основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде;</p> <p>ПК-3: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-4: умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p> <p><i>(формируется частично: умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации);</i></p> <p>ПК-5: способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;</p>		функциональными стратегиями компаний	<p>ческое умение</p> <p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение</p>	
	владеет (высокий)	различными способами разрешения конфликтных; навыками стратегического анализа стратегии организации	Успешное и систематическое умение	Высокий
			Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	Базовый
			В целом успешное, но не систематическое владение	
	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	Высокий		
<p>ПК-6: способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p> <p><i>(формируется частично: способностью участвовать в управлении проектом);</i></p> <p>ПК-7: владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p> <p><i>(формируется частично: умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и ра-</i></p>	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований	Отсутствие знаний	Пороговый
	умеет (продвинутый)		Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
		Сформированные и систематические знания	Высокий	
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и	Отсутствие умений	Пороговый
Частично освоенное умение				
В целом успешное, но не систематическое умение			Базовый	
В целом успешное, но				

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p><i>бот</i>);</p> <p>ПК-8: владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;</p>		участвовать в них	содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	Высокий
	владеет (высокий)	оценкой эффективности проектной деятельности	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
Успешное и систематическое владение	Высокий			
<p>ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли <i>(формируется частично: способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли);</i></p> <p>ПК-10: владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к анализу и оценке внешней среды	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	Сформированные и систематические знания	Высокий		
	умеет (продвинутый)	оценивать поведение потребителей и условия формирования спроса, исследовать конкурентную среду рынка	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
В целом успешное, но не систематическое умение			Базовый	
В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение				

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p><i>(формируется частично: владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений);</i></p> <p>ПК-11: владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;</p> <p>ПК-12: умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>ПК-13: умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;</p> <p>ПК-14: умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета <i>(формируется частично: умение применять основные принципы и стандарты финансового учета);</i></p> <p>ПК-15: умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании <i>(формируется частично: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений);</i></p> <p>ПК-16: владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов <i>(формируется частично: владением навыками оценки инвестиционных проектов);</i></p>			ние	
	владеет (высокий)	навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики	Успешное и систематическое умение	Высокий
			Не владеет Фрагментарное владение	Пороговый
			В целом успешное, но не систематическое владение В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	Базовый
		Успешное и систематическое владение	Высокий	
<p>ПК-17: способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке а анализу стратегии организации	Отсутствие знаний Фрагментарные знания	Пороговый
			Неполные зна-	Базовый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p>ПК-18: владением навыками создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);</p> <p>ПК-19: владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;</p> <p>ПК-20: владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур</p>			<p>ния</p> <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	
			Сформированные и систематические знания	Высокий
	умеет (продвинутый)	оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи, анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, а также внутреннюю документацию компаний	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
		Успешное и систематическое умение	Высокий	
	владеет (высокий)	навыками применения количественных и качественных методов анализа, обеспечения реализации социальной ответственности бизнеса	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
	Успешное и систематическое владение	Высокий		

Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения учебной практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета).

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку,

считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Форма проведения аттестации по итогам практики: публичная защита отчета.

Методические указания по составлению отчета по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков

Оформление отчета: 14-й шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, расстановка переносов, выравнивание текста по ширине, отступ (красная строка) 1,25 мм; выравнивание заголовков, названий таблиц (по ширине без абзацного отступа), рисунков – по центру; жирный шрифт, курсив и подчеркивание не используются; внутри таблиц и рисунков используется 10-12-й шрифт, одинарный интервал.

Требования к структуре и содержанию отчета

Отчет о результатах исследования (цели и задачи практики, описание деятельности, выполняемой в процессе прохождения практики, достигнутые результаты, анализ возникших проблем и варианты их устранения, собственную оценку уровня своей профессиональной подготовки по итогам практики).

Структура отчета (обязательное требование) для продвинутого уровня:

1. Титульный лист
2. Дневник практики (включает перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики).
3. Аналитическая записка
4. Разработка методического подхода к исследованию
5. Состояние, тенденции развития, проблемы (по группам) изучаемого рынка
6. Анализ результатов полевых исследований рынка

7. Техника проведения исследования.
8. Рекомендации и предложения операторам рынка по результатам исследований
9. Список использованных источников
10. Глоссарий
11. Приложение.

Структура отчета (обязательное требование) для базового уровня:

1. Аналитическая записка
2. Дневник практики (включает перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики).
3. Разработка подхода к исследованию
4. Выделение концепций современного маркетинга и их характеристика
5. Результаты экспертного опроса
6. Описание техники проведения исследований
7. Заключение
8. Список использованных источников
9. Приложение

**10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ
ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. — 216 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=511979>
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е

- изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 320 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69117
3. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2014. - 656 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430453>
 4. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 288 с. Режим доступа – <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424027>
 5. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес / Н.К. Моисеева. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=390294>

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Багиев Г. Л., Тарасевич В.М. Маркетинг / Г. Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 573 с. – 23 экз. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:293592&theme=FEFU>
2. Делятицкая А.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.В. Делятицкая, А.В. Косова — Электрон. текстовые данные. — М.: Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>
3. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: [Электронный ресурс]: Учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 292 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=472903>
4. Захарова Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Захарова Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 134 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57127.html>
5. Мазилкина, Е.И. Семь шагов к успеху или как продвинуть свой товар на рынок [Электронный ресурс] / Е.И. Мазилкина – Электрон. текстовые

- данные. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 85 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/871>
6. Маркетинг: [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=427176>
 7. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. - Режим доступа <http://znanium.com/go.php?id=418464>
 8. Носкова, Е.В. Маркетинг инноваций : практикум / Е.В. Носкова, И.М. Романова. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2013. – 143 с. – 12 экз. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:707166&theme=FEFU>
 9. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014.— 283 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796>
 10. Чеглов, В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии: Монография / В.П. Чеглов. – М.: ИД ФОРУМ, 2013. – 208 с. Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=405624>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

Интернет

1. База данных Scopus – крупнейшая в мире универсальная реферативная БД с возможностью отслеживания научной цитируемости публикаций, в т.ч. российских авторов. Индексирует 18000 названий научных изданий (научные журналы, материалы конференций и сериальные книжные издания) по техническим, медицинским, гуманитарным наукам 5000 издателей. – Режим доступа: www.scopus.com
2. Библиотека маркетолога. – Режим доступа: www.marketing.spb.ru

3. Информационный портал межрегионального делового сотрудничества. – Режим доступа: www.marketcenter.ru
4. Маркетинг журнал. – Режим доступа: <http://4p.ru>
5. Научная электронная библиотека «Киберленинка», построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY предоставляет доступ к периодическим изданиям как российских, так и зарубежных издательств. Здесь же можно посмотреть Российский индекс научного цитирования.
7. Официальный портал Российской ассоциации маркетинга услуг (РАМУ). – Режим доступа: www.dis.ru
8. Официальный сайт ритейлеров России. – Режим доступа: www.retail.ru
9. Профессиональный журнал «Маркетолог». – Режим доступа: www.marketolog.ru

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
	Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64- bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскопечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики,

канд. экон. наук, доцент

Е.В. Носкова

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «20» мая 2016 г. № 6



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего профессионального образования
 «Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК

**прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных
 умений и навыков**

бакалавра 2 курса группы Б1202а
 Школы экономики и менеджмента
 Дальневосточного федерального университета
 направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
 профиль _____
Ягужинской Александры Ярославовны

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

Е.В. Носкова

27.07.201_
 М.П.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)


ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

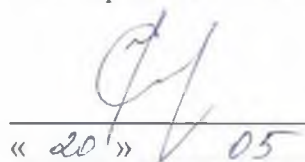
Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,
коммерции и логистики


Е.Б. Гаффорова
« 20 » 05 2016 г.


И.М. Романова
« 20 » 05 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности (в предпринимательской деятельности)

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент _____
Профиль подготовки _____ Маркетинг _____
Квалификация (степень) выпускника _____ бакалавр _____

г. Владивосток
2016

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.01.2016 № 7;
- устава ДВФУ от 12.05.2011 №1614;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для

решения отдельных задач по месту прохождения практики;

- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;

- освоение приемов, методов и способов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров производственных технологических и других процессов.

- принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях;

- принятие участия в разработке и реализации проектов

- освоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований и т.д.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Задачами производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) являются:

предпринимательская деятельность:

1. разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;
2. организация и ведение предпринимательской деятельности.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.П.1) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- ОК-5 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- ОК-6 – способностью к самоорганизации и самообразованию;

- ОПК-1 – владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

- ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

- ОПК-3 – способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

- ОПК-4 – способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

- ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- ПК-1 – владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

- ПК-2 – владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;

- ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

- ПК-5 – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

- ПК-6 – способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

- ПК-7 – владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

- ПК-8 – владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;

- ПК-10 – владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

- ПК-12 – умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

- ПК-13 – умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

- ПК-15 – умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) проходит в 6-м семестре, является второй из 4-х производственных практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг». Содержание производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как: «Теория менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы управления персоналом», «Основы управления маркетингом», «Управление маркетинговыми

коммуникациями», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинговые исследования», «Культура торгового обслуживания», «Социально-экономическая статистика».

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего изучения дисциплины «Основы стратегического менеджмента», «Торговый маркетинг», а также для прохождения производственных практик: практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой, информационно-аналитической деятельности), в преддипломной практике, а также написания выпускной квалификационной работы.

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности).

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывно.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 6-ом семестре на 3 курсе.

Местом проведения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) являются: организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также кафедра маркетинга, коммерции и логистики Школы экономики и менеджмента ДВФУ.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-17: Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;	знает (пороговый уровень)	функциональные стратегии организации, направления операционной деятельности организации, основы управления проектами в организации;
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в области маркетинговой деятельности;
	владеет (высокий)	навыками принятия решений в области операционной деятельности организации.
ПК-18: Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);	знает (пороговый уровень)	основы бизнес-планирования, этапы бизнес-планирования;
	умеет (продвинутый)	разрабатывать бизнес-планы, в том числе планы маркетинга;
	владеет (высокий)	навыками разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций, направлений деятельности и продуктов;
ПК-19: Владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;	знает (пороговый уровень)	этапы бизнес-планирования;
	умеет (продвинутый)	обеспечивать согласованность участников при бизнес-планировании;
	владеет (высокий)	навыками координации деятельности всех участников при бизнес-планировании;
ПК-20: Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.	знает (пороговый уровень)	виды организационных и распорядительных документов в менеджменте и маркетинге;
	умеет (продвинутый)	формировать организационные и распорядительные документы;
	владеет (высокий)	навыками подготовки организационных и распорядительных документов.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И

ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 недель / 9 зачетных единиц, 324 часов.

Структура производственной практики на базе предприятия

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	-	Регистрация в журнале, собеседование
		Ознакомление с программой, сроками и условиями прохождения практики	4,0	-	Групповые консультации
2	Этап 2 – Производственный этап	Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений	60,0	60,0	Устный опрос
		Оценка конкурентоспособности предприятия	60,0	60,0	
		Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия	60,0	60,0	
		Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия	35,0	35,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	25,0	25,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	25,0	25,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	15,0	15,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	32,0	32,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
Итого			324,0	312,0	-

Структура производственной практики на базе кафедры маркетинга,
коммерции и логистики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	-	Регистрация в журнале, собеседование
		Ознакомление с программой, сроками и условиями прохождения практики	4,0	-	Групповые консультации
2	Этап 2 – Производственный этап	Разработка подхода к исследованию (программы исследования)	80,0	80,0	Устный опрос
		Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	55,0	55,0	
		Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	80,0	80,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	25,0	25,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	25,0	25,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	15,0	15,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	32,0	32,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
Итого			324,0	312,0	–

**8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

***Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по
производственной практике по получению профессиональных умений и
опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской
деятельности) на базе предприятия***

Этап 1 – Подготовительный этап

Контрольные вопросы:

1. Перечислите права студента во время прохождения практики
2. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
3. В каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.
4. Как заполняется дневник о практике.
5. Требования к распорядку проведения практики.
6. Требования охраны труда во время работы на практике (перечислить).
7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).
8. Требования охраны труда после начала работы на практике (перечислить).
9. Требования охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).
10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

Этап 2 – Производственный этап

Контрольные вопросы:

1. Организационно-правовая форма предприятия, на котором студент проходит практику.
2. Год создания предприятия.
3. Местоположение предприятия, его юридического адрес.
4. Виды деятельности, которые осуществляет предприятие в настоящий момент времени.

5. Вид организационной структуры предприятия, на котором проходит практику студент.

6. Перечислить службы, которые входят в состав предприятия.

7. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если на предприятии нет маркетолога (отдела маркетинга) существует ли необходимость их внедрения и почему).

8. Перечислить нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.).

9. Дать оценку основных показателей деятельности предприятия в динамике развития.

10. Перечислить состав материально-технической базы предприятия: размер торговых площадей, складских помещений, складов и т.д.

11. Численность персонала, состав работников предприятия, на котором проходит практику студент.

12. Дать краткую характеристику конкурентов предприятия.

13. Перечислить сильные и слабые стороны предприятия в конкурентной борьбе.

14. Перечислить возможности и угрозы для предприятия со стороны внешней среды.

15. Указать метод оценки конкурентоспособности предприятия, который использовали для оценки анализируемого предприятия.

16. К какому типу посредников относится данное предприятие,

17. Какие функции выполняет предприятие.

18. Источники закупки товаров (сырьевых материалов) предприятия, их классификация.

19. Перечислить методы выбора поставщиков товаров, используемые на предприятии.

20. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

21. Перечислить методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

22. Дать характеристику ассортименту и объемам закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

23. Дать характеристику договорам, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие.

24. Перечислить порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

25. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия.

26. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии. Выявить наличие на предприятии неходовых товаров.

27. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

28. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей.

29. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.

30. Описать порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.

31. Описать порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров.

32. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.

33. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

34. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку.

35. Оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы и т.д.

Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации

Контрольные вопросы:

1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
2. Перечислите методы анализ вторичной информации
3. Перечислите методы анализа первичной информации
4. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
5. Дайте характеристику регрессионному анализу.
6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных
7. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике

Контрольные вопросы:

1. Указать объем отчета по производственной преддипломной практике.
2. Перечислите основные требования к оформлению отчета.
3. Опишите основные правила оформления таблиц, рисунков.
4. Опишите основные требования к оформлению списка использованных источников.

Этап 5 – Защита отчета по практике

Контрольные вопросы:

1. Когда должен быть сдан отчет по практике на кафедру маркетинга, коммерции и логистики?
2. Структура отчета по практике.

Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

1 Этап 1 – Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики

Контрольные вопросы:

1. Перечислите права студента во время прохождения практики
2. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
3. В каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.
4. Как заполняется дневник о практике.
5. Требования к распорядку проведения практики.
6. Требования охраны труда во время работы на практике (перечислить).
7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).

8. Требования охраны труда после начала работы на практике (перечислить).

9. Требования охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).

10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

Этап 2 – Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме

Контрольные вопросы:

1. Понятие исследовательского проекта и его роль для проведения исследований.

2. Понятие и особенности разведочных (поисковых) исследований и методы, применяемые при их проведении.

3. Понятие и особенности поисковых (дескриптивных) исследований и методы, применяемые при их проведении.

4. Понятие и особенности каузальных (причинно-следственных) исследований и методы, применяемые для их проведения.

5. Охарактеризуйте этические проблемы, которые могут возникнуть при проведении различных видов исследований.

6. Какие виды исследовательских проектов Вы используете в своем исследовании?

7. Понятие, характеристика категорий и типов выборок.

8. Этапы проектирования выборок.

9. Какую выборку Вы планируете при проведении исследования?

10. Этика заказчика маркетинговых исследований

11. Этика исполнителя маркетинговых исследований

12. Этика и права респондента при участии в маркетинговых исследованиях

13. Назовите этапы процесса маркетингового исследования и дайте краткую характеристику каждого этапа.

14. Что такое постановка проблемы в маркетинговых исследованиях?

15. Поясните порядок преобразования управленческой проблемы в проблему маркетинговых исследований.

16. Что такое гипотезы исследования и для каких целей они разрабатываются?

17. Какие Вы используете подходы к формированию гипотезы в рамках подхода к исследованию (программы исследования)?

18. Какие этапы программы исследования (подхода к исследованию) Вы знаете?

19. Какие методы исследований Вы планируете использовать при проведении исследования согласно разработанному Вами подходу (программе) исследования?

20. Какой инструментарий исследования Вы разрабатываете в рамках подхода (программы) исследования?

21. Проводите ли Вы тестирование инструментария исследования и если да, то опишите, кто принимает участие в тестировании и каким образом?

22. Какой подход к расчету объема выборки Вы использовали и почему? Чему равен объем выборки в рамках вашего подхода к исследованию?

Этап 3 – Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования (кабинетные исследования)

Контрольные вопросы:

1. Перечислите методы сбора информации в рамках кабинетных исследований?

2. Какие методы сбора вторичной информации Вы используете в процессе проведения исследования?

3. С какими проблемами Вы столкнулись в процессе сбора вторичной информации?

Этап 4 – Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования (полевые исследования)

Контрольные вопросы:

1. Какие методы сбора первичной информации Вы используете в процессе проведения исследования?
2. Какой инструментарий исследования Вы используете в процессе проведения исследования?
3. Где Вы проводите опросы?
4. Кого и почему Вы опрашиваете в рамках исследования?
5. Какое количество респондентов Вы планируете опросить?
6. Перечислите структуру анкеты.
7. От каких факторов зависит качество собранной информации в рамках проводимых Вами опросов?
8. От каких факторов зависит качество собранной информации в рамках проводимых Вами наблюдений?
9. Что такое пилотное тестирование и с какой целью проводится?
10. Какие этические нормы Вы соблюдали при проведении сбора первичной информации?
11. Какие типы вопросов содержатся в разработанной вами анкете?
12. Какие шкалы содержатся в разработанной вами анкете?
13. Какие требования Вы соблюдали при формировании и оформлении анкеты?
14. Какие требования Вы соблюдали при формировании листа наблюдения?
15. Что такое маршрутный лист при проведении интервью и для чего он разрабатывается?
16. С какими проблемами Вы столкнулись в процессе сбора первичной информации?

Этап 5 – Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации

Контрольные вопросы:

1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
2. Перечислите методы анализ вторичной информации
3. Перечислите методы анализа первичной информации
4. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
5. Дайте характеристику регрессионному анализу.
6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных
7. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

Этап 6 – Написание и оформление отчета по практике

5. Указать объем отчета по производственной преддипломной практике.
6. Перечислите основные требования к оформлению отчета.
7. Опишите основные правила оформления таблиц, рисунков.
8. Опишите основные требования к оформлению списка использованных источников.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Содержание практики зависит от места ее проведения. Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) может быть организована на сторонних производственных и торговых предприятиях, в компаниях, предоставляющих логистические услуги и других организациях, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ.

Содержание программы практики на базе предприятия

В таблице представлен график прохождения производственной практики на базе предприятия.

Таблица – График прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) на базе предприятия

Содержание программы	Количество дней
1 Собрание по практике на кафедре маркетинга, коммерции и логистики для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2 Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений:	17, в т.ч.:
– изучение организационно-правовой формы предприятия;	4
– характеристика деятельности подразделений предприятия;	4
– изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия;	4
– оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития.	5
3 Анализ конкурентоспособности предприятия	12
4. Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости)	12*
5. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия	6
6. Анализ и обработка собранной информации	12
7 Написание и оформление отчета	12
8. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	72

*Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ

Основные направления исследований в рамках практики

1. Собрание по практике на кафедре: определение целей, задач практики, определение сроков и календарного плана практики, знакомство с программой практики. На данном этапе руководитель практики от кафедры знакомит студентов с их правами и обязанностями и сроками предоставления отчетных документов по практике.

2. Изучение деятельности предприятия и его основных подразделений:

- наименование, форма собственности, юридический и фактический адрес, год образования, краткая история развития предприятия;
- виды деятельности предприятия;
- организационная структура управления предприятием (вид, наименование подразделений предприятия, характеристика функций);
- нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);
- оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам);

3. Оценка конкурентоспособности предприятия:

- список и краткая характеристика основных конкурентов;
- сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно;
- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;
- SWOT-анализ деятельности предприятия;
- расчет и анализ показателей конкурентоспособности предприятия;

– предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

5. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать результаты выполненного индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости). Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ.

Направления исследований в рамках практики, в зависимости от типа предприятия

Общие вопросы, которые подлежат изучению и освещению в отчете, независимо от вида и характера деятельности предприятия

1. Организационная и правовая характеристика предприятия: описание статуса предприятия, его правовой основы, истории создания, указания года создания, состава учредителей, местоположения предприятия, его юридического адреса.

2. Характеристика основных видов деятельности предприятия: указать виды деятельности по Уставу, а также основные виды деятельности предприятия на настоящий момент времени.

3. Организационная структура управления предприятия: определить ее вид, оценить ее соответствие выполняемым функциям и задачам, стоящим перед предприятием, начертить схему управления, структурное построение служб, изучить их задачи и функции, провести анализ системы взаимоотношений между ними, описать функциональные обязанности основных служб, отделов или работников.

4. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);

5. Оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам). Построить таблицу основных экономических показателей. После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

6. Характеристика материально - технической базы предприятия и ее оценка: описать техническое состояние помещений предприятия как основных, так и вспомогательных: их размер в м² или м³, оснащенность оборудованием, состояние.

7. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы: показать динамику численности персонала, рассказать о кадровой политике предприятия.

8. Оценка конкурентоспособности предприятия: список и краткая характеристика основных конкурентов; сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно; анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов; SWOT-анализ деятельности предприятия; расчет и анализ показателей конкурентоспособности предприятия; предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

2. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в оптовых и мелкооптовых или производственных предприятиях

1. Характеристика деятельности предприятия и ее оценка: к какому типу посредников относится данное предприятие, какие функции выполняет: обеспечивает заключение договоров между продавцом и покупателем, самостоятельно закупает товары у производителей и продает потребителям, обеспечивает доставку и хранение, предлагает различные

услуги, связанные с доведением товара от производителя до потребителя), осуществляет производственную деятельность.

2. Методы выбора основных поставщиков товаров, используемые на предприятии.

3. Методы изучения спроса, используемые на предприятии. Порядок использования данных о спросе в закупочной деятельности предприятия.

4. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

5. Характеристика ассортимента предприятия.

6. Характеристика договорной работы предприятия с поставщиками, порядок и особенности заключения договоров (сделок); описать содержание договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие; изучить порядок и причины составления протокола разногласий к договору; изучить содержание спецификации на поставку товаров. К отчету приложить копии всех вышеперечисленных и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров.

7. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии. Составить таблицу количества заключенных договоров с поставщиками товаров в зависимости от вида хозяйственных связей и их длительности и проанализировать ее.

8. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары. Проанализировать особенности оплаты товаров с различными поставщиками в современных условиях.

9. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия, ознакомиться с содержанием договоров, заключенных с транспортными компаниями. Изучить порядок доставки

товаров покупателям собственным транспортом (если имеется) или привлеченным. К отчету приложить копии всех документов, оформляемых на предприятии при доставке товаров собственным и привлеченным транспортом.

10. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров (порядок заключения договоров, порядок расчета, порядок отгрузки и доставки товаров в их адрес). Составить таблицу по количеству заключенных договоров с ними и проанализировать ее.

11. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии: изучить их динамику по годам, выявить неходовые и залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами, используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

12. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

13. Характеристика методов стимулирования продажи (сбыта) товаров, используемых на данном предприятии.

3. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в розничных торговых предприятиях

1. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей. Режим работы предприятия, эффективность выбора режима работы.

2. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.

3. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.

4. Методы изучения спроса, используемые на предприятии. Порядок использования данных о спросе в закупочной деятельности предприятия.

5. Способы подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.

6. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

7. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии. Для этого необходимо составить таблицу динамики объемов закупаемых товаров в ассортиментном разрезе за три последних года и проанализировать ее.

8. Порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.

9. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

10. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии: изучить их динамику по годам, выявить неходовые и залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами,

используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

14. Предложения по устранению имеющихся проблем на предприятии и их экономическое обоснование. Провести соответствующие логистические расчеты, подтверждающие экономическую целесообразность вносимых предложений.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать результаты выполненного индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости). Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ.

Содержание программы практики на базе кафедры

Производственная практика для студентов, которые проходят практику на базе кафедры предполагает проведение научно-исследовательской работы.

Научно-исследовательская работа в рамках производственной практики проводится по тематике, которая выбирается студентом до начала производственной практики по согласованию с руководителем практики от кафедры.

Научно-исследовательская работа может быть проведена по следующим направлениям (примерный перечень тем):

1. Совершенствование digital-маркетинга для предприятий разной специализации
2. Влияние информационных технологий на поведение потребителей при выборе предприятия общественного питания
3. Исследование влияния потребительских ценностей на выбор мясных полуфабрикатов
4. Влияние технологий продвижения продуктов и предприятий общественного питания на лояльность потребителей
5. Исследование рынка рекламных услуг
6. Исследование рынка обучающего программного обеспечения

7. Анализ потребительских предпочтений на рынке юридических услуг г. Хабаровска

8. Взаимосвязь потребительских предпочтений, потребительских ценностей и модели продукта общественного питания

9. Исследование рынка транспортно-логистических услуг стран АТР.

10. Оценка состояния рынка транспортно-логистических услуг Китая (или Кореи, Японии и т.д.).

11. Исследование рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).

12. Анализ спроса на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).

13. Анализ предложения на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).

14. Оценка конъюнктуры рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).

15. Оценка конкурентной среды товарного рынка/рынка услуг.

16. Анализ и оценка поставщиков молочной продукции

г. Владивостока

17. Исследование рынка строительных материалов Китая

18. Исследование рынка услуг медицинского туризма КНР

19. Оценка качества обслуживания в магазинах бытовой техники

г. Владивостока

20. Исследование рынка жилой недвижимости г. Владивостока

21. Исследование рынка рекламных услуг г. Владивостока

22. Организация мерчандайзинга в магазинах бытовой техники

г. Владивостока

23. Исследование рынка интернет-рекламы КНР

24. Влияние социальных медиа на поведение потребителей Китая

25. Исследование потребительских предпочтений на рынке эко-товаров КНР

26. Влияние инструментов мобильного маркетинга на поведение потребителей Китая
27. Исследование рынка розничных продаж молока и молочной продукции Приморского края
28. Исследование рынка легковых автомобилей Приморского края
29. и т.д.

Данный список направлений исследования является базовым и может быть изменен в соответствии с целями и направлениями развития кафедры маркетинга, коммерции и логистики, современным состоянием маркетинга, новыми тенденциями развития маркетинга. Так же студент, по согласованию с преподавателем, может предложить собственное направление исследования.

График прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) (3 курс, 6 семестр) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики представлен в таблице.

Таблица – График прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Содержание программы	Количество дней
1. Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2. Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме	8
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	6
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	9
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	7
6. Написание и оформление отчета по практике	4
7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	36

Исследование, проводимое в рамках практики, должно быть проведено по предварительно разработанной программе исследования или в соответствии с разработанным подходом к исследованию. Программа исследования должна включать в себя сбор не только вторичной информации, но и сбор первичной информации. Перед реализацией программы исследования студент должен согласовать и утвердить программу исследования и инструментарий исследования с непосредственным руководителем практики от кафедры.

После прохождения практики студент должен совместно с дневником и отчетом по практике сдать руководителю инструментарий сбора информации (листы наблюдения, анкеты, заполненные в ходе интервью и т.д.). Количество сдаваемых форм должно соответствовать рассчитанному объему выборки в рамках программы исследования. Качество рабочего инструментария оценивает руководитель практики от кафедры.

Форма контроля по итогам производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) – зачет с оценкой.

Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций, представленных в таблице:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;	знает (пороговый уровень)	функциональные стратегии организации, направления операционной деятельности организации, основы управления проектами в организации;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические		Высокий

			знания		
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в области маркетинговой деятельности;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	навыками принятия решений в области операционной деятельности организации.	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
ПК-18: владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);	знает (пороговый уровень)	этапы бизнес-планирования ;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
	умеет (продвинутый)	разрабатывать бизнес-планы, в том числе планы маркетинга;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	навыками разработки бизнес-планов создания и	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое	Базовый	3

		развития новых организаций;	владение		
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
ПК-19: владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	знает (пороговый уровень)	этапы бизнес-планирования ;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания		3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутый)	обеспечивать согласованность участников при бизнес-планировании;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	навыками координации деятельности всех участников при бизнес-планировании;	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение		Высокий
ПК-20: владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.	знает (пороговый уровень)	виды организационных и распорядительных документов в менеджменте и маркетинге;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания		3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутый)	формировать организационные и распорядительные документы;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4

			Успешное систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	навыками подготовки организационных и распорядительных документов.	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы для собеседования на зачёт с оценкой

Практика на базе предприятия

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
3. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
4. Организационная структура управления предприятием.
5. Анализ кадрового состава предприятия.
6. Перечень поставщиков товаров и услуг.
7. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
8. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
9. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
10. Анализ показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).
11. Перечень поставщиков товаров и услуг.
12. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.

13. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.

14. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.

15. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.

16. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

Практика на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

1. Понятие рынка и рыночных исследований

2. Подход к исследованию рынка

3. Методы исследования рынка

4. Методы анализа рынка

5. Процесс исследования рынка

6. Методы качественных исследований

7. Методы количественных исследований

8. Этапы формирования выборки

9. Методы формирования выборки

10. Требования к составлению отчета по исследованию

11. Понятие конъюнктуры рынка

12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка

13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка

14. Методики определения рыночной доли

15. Методики определения емкости рынка

16. Какие Вы знаете подходы к оценке конкурентной среды рынка?

17. Какие показатели необходимо оценивать в процессе оценки конкурентной среды рынка?

18. Что такое лояльность потребителей к товару (бренду, предприятию)?

19. Виды лояльности потребителей.

20. Программы лояльности потребителей.

21. Подходы к оценке лояльности потребителей.
22. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике
23. Методы качественных исследований, использованные на практике
24. Методы количественных исследований, использованные на практике
25. Инструментарий исследования, разработанный на практике
26. Кабинетные исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
27. Полевые исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
28. Качественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
29. Количественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
30. Почему были выбраны именно эти методы исследования?
31. Какой подход был использован к формированию выборки и почему?
32. Каким образом была рассчитана выборка в процессе исследования?
33. Перечислите основных операторов исследуемого товарного рынка?
34. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка
35. Рекомендации операторам рынка, разработанные по результатам проведенного в процессе практики исследования.
36. и т.д.

Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности)

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности):

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета).

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Форма проведения аттестации по итогам практики: устная индивидуальная защита отчета.

Методические указания по составлению отчета по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности)

Для оформления результатов производственной практики рекомендуется следующий порядок размещения материала для сдачи на кафедру:

1. **Отзыв руководителя от организации** с места практики, выполненный на фирменном бланке с подписью руководителя и печатью принимающей организации.

2. **Дневник студента** по производственной преддипломной практике. Дневник составляется студентом в соответствии с указаниями программы, индивидуальным заданием и дополнительными указаниями руководителей практики от вуза и от организации. Дневник о прохождении практики является основным документом, по которому студент отчитывается за выполнение программы и индивидуального задания по практике. В нем по дням указываются виды работ, выполнявшиеся студентом на предприятии (учреждении, организации) в период прохождения преддипломной практики. Титульный лист и форма дневника представлены в приложениях 1 и 2.

3. **Отчет студента** по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в

организационно-управленческой деятельности). В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального задания, выданного студенту перед началом практики, а также всех пунктов программы практики, а также получение указанных выше компетенций.

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение на прохождение практики (с подписью руководителя от предприятия и печатью предприятия).
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенный печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
6. Оглавление (в соответствии с вопросами практики согласно программе практики).
7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.
8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).
9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).
10. Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (отчет о втором этапе практики).
11. Результаты научно-исследовательской работы (если она предусматривается индивидуальным заданием).

12. Заключение, в котором должны быть подведены итоги практики с выводами и рекомендациями предприятию. Составным элементом может быть рекомендуемая Анкета студента по итогам прохождения практики.

13. Приложения (копии различных документов, используемых на предприятии: бухгалтерский баланс, договоры, фактуры, накладные, коносаменты, бланки заказов, отчеты и т.д.).

Объем отчета о производственной практике должен составлять 25 - 30 страниц машинописного текста (полуторный интервал). В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам. Главы могут содержать подразделы, которые должны быть отражены в содержании отчета. Предложения и выводы должны быть четко сформулированы. В отчете по практике материал распределяется по вопросам программы.

Отчет о производственной практике должен быть оформлен в соответствии с Методическими рекомендациями по оформлению курсовых и выпускных квалификационных работ. При оформлении отчета по практике необходимо учитывать следующие обязательные требования к его оформлению.

1. Набор текста осуществляется на компьютере. Отчет о практике оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 (размер 210 на 297 мм) в соответствии со следующими требованиями:

- интервал междустрочный – полуторный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта - 14 пт (в таблицах допускается 10-12 пт);
- выравнивание текста «по ширине» с автоматической расстановкой переносов.

2. Страницы отчета о практике должны иметь следующие размеры полей:

- левое – 25-30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее и нижнее – 20 мм.

3. Нумерация страниц начинается с титульного листа арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Порядковый номер страницы ставится в правой нижней части страницы, начиная с Введения.

4. Приложения и список использованных источников необходимо включать в сквозную нумерацию.

5. Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

6. Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела. Номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем (например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки, а также другой графический материал. Методических указаний по оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ ШЭМ).

Правильно оформленный отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от организации.

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

- цели и задачи практики;
- характеристику организации, в которой студент проходил практику или для которой разрабатывается проект;
- оценку положения предприятия на рынке;
- характеристику структурного подразделения (подразделений), в котором (в которых) студент работал во время практики – анализ регламентирующих деятельность подразделения документов;

- подробное описание задачи, поставленной перед студентом научным руководителем и руководителем практики со стороны организации;
- необходимые первичные документы;
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>)
2. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>)
3. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>)
4. Никишкин, В. В., Твердохлебова, М.Д Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 96 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/475369>
5. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. – 336 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=512747>)

6. Сергеев, В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – XXX, 634 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)

7. Синяева, И.М., Мишулин, Г.М., Фойгель, М.А., Константиныди Х.А. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0277-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/361399>

8. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс]: Монография / И. М. Синяева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 166 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>

9. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 107 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=433622>)

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>)

2. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>)

3. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 159 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369011>)

4. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. - 448 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

5. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. - 284 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>)

6. Смирнов, К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 166 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>)

7. ГОСТ 51303–99. Торговля. Термины и определения. – Введ. 1999–08–11. – М.: Госстандарт России, 1999. – 12 с. (<http://base.garant.ru/182045>)

8. ГОСТ Р 51773 – 01. Розничная торговля. Классификация предприятий. – Введ. 2001–07–05. – М.: Госстандарт России, 2001. – 14с. (<http://www.gostbaza.ru/?gost=6841>)

9. Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/); <https://www.referent.ru/1/176630>)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

Интернет

1. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов. – Режим доступа: <http://marketing-now.ru>.

2. Сайт практикующего маркетинг-директора "Записки маркетолога" рассказывает обо всех аспектах маркетинга, рекламы, PR и продаж. – Режим доступа: <http://www.marketch.ru>

3. Торгово-экономический журнал посвящен публикации результатов исследований в области экономики торговли, включая управление цепями поставок, маркетинговые мероприятия и управление отношениями с клиентами. В журнале публикуются статьи по таким направлениям, как организация торговли, экономика и управление торговой организацией, коммерческая логистика, правовое обеспечение торговой деятельности. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru>

4. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу. – Режим доступа: <http://www.merchandising.ru>.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест	<p>7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;</p> <p>ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением</p> <p>Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;</p> <p>ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;</p> <p>Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows.</p> <p>Google Chrome – веб-браузер</p> <p>Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.)</p> <p>Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows.</p> <p>Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows.</p> <p>Mozilla Firefox – веб-браузер</p> <p>Notepad++ 6.68 – текстовый редактор</p> <p>Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов</p> <p>R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твердотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных.</p> <p>WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с</p>

	одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64- bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64- bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами,

оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики,

канд. экон. наук, доцент

Т.А. Никулина

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «20» мая 2016 г. № 6



Форма титульного листа отчета о прохождении производственной практики по
получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в
предпринимательской деятельности)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

О Т Ч Е Т

о прохождении производственной практики по получению
профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в
предпринимательской деятельности)

Выполнил студент гр. Б1402мр

_____ А.А. Иванов

Отчет защищен:

с оценкой _____

_____ И.О. Фамилия

подпись

« _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики

к.э.н., доцент кафедры
маркетинга, коммерции и логистики

_____ Т.А. Никулина

Регистрационный № _____

« _____ » _____ 20__ г.

подпись

_____ И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок

с « _____ » _____ 20__ г.

по « _____ » _____ 20__ г.

в _____

г. Владивосток

20__



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
 «Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК

**прохождения производственной практики по получению профессиональных умений
 и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности)**

бакалавра 4 курса группы Б1402 мр
 Школы экономики и менеджмента
 Дальневосточного федерального университета
 направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
 профиль подготовки «Маркетинг»
Сорокина Игоря Юрьевича

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

А.А. Ступникова

27.05.201_
 М.П.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ХАРАКТЕРИСТИКА

бакалавра 4 курса группы Б1402 мр
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Маркетинг»
Сорокина Игоря Юрьевича

Руководитель практики

А.А. Ступникова

27.05.201_
М.П.

Приложение 4

Форма заявления студента о направлении на практику

Заведующей кафедрой
маркетинга, коммерции и логистики
ШЭМ ДВФУ

Ф.И.О. полностью

студента (-ки)

Ф.И.О. полностью

группа

Заявление

Прошу направить меня для прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности) на

_____ (название предприятия)

Руководитель практики:

_____ (Ф.И.О. руководителя, должность, ученая степень, ученое звание руководителя)

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Подпись студента _____ / _____
(инициалы, фамилия)

Руководитель практики: «Согласен» _____
(подпись)

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Решение кафедры:

Зав. кафедрой _____

« ____ » _____

20__ г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной
программы

Е.Б. Гафорова

« 28 » июня 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности (в организационно-управленческой деятельности)

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент _____
Профиль подготовки _____ Маркетинг _____
Квалификация (степень) выпускника _____ бакалавр _____

г. Владивосток
2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.01.2016 № 7;
- устава ДВФУ от 12.05.2011 №1614;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для

решения отдельных задач по месту прохождения практики;

- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;

- изучение особенностей функционирования отделов на предприятии или организации;

- изучение особенностей организации деятельности на предприятии или организации;

- изучение процессов управления предприятием и организацией, в том числе различными подразделениями и т.д.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Задачами производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) являются:

организационно-управленческая деятельность:

1. участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

2. участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

3. планирование деятельности организации и подразделений;

4. формирование организационной и управленческой структуры организаций;

5. организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

6. разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

7. контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

8. мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

9. участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.П.2) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

– ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

– ОК-5 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

– ОК-6 – способностью к самоорганизации и самообразованию;

– ОПК-1 – владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

– ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

– ОПК-3 – способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

– ОПК-4 – способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

– ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

– ПК-1 – владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

– ПК-2 – владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;

– ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

– ПК-5 – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

– ПК-6 – способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

– ПК-7 – владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;

– ПК-8 – владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;

– ПК-10 – владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

– ПК-12 – умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

– ПК-13 – умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

– ПК-14 – умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой

отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета;

- ПК-15 – умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

- ПК-17 – способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

- ПК-18 – владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);

- ПК-19 – владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;

- ПК-20 – владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) проходит в 7-м семестре, является второй из 4-х производственных практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинг. Содержание производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как: «Теория менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы управления персоналом»,

«Основы управления маркетингом», «Управление маркетинговыми коммуникациями», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинговые исследования», «Культура торгового обслуживания», «Организация и технология продаж», «Социально-экономическая статистика», «Управление ассортиментной политикой», производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в предпринимательской деятельности).

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего изучения дисциплин «Торговый маркетинг», «Основы стратегического менеджмента», а также для прохождения производственных практик: практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности), в преддипломной практике, а также написания выпускной квалификационной работы.

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности).

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывно.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 7-ом семестре на 4 курсе.

Местом проведения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) являются: организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также кафедра маркетинга, коммерции и логистики Школы экономики и менеджмента ДВФУ.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1: владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры; ПК-2: владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории управления персоналом
	умеет (продвинутый)	разрабатывать критерии мотивации персонала
	владеет (высокий)	методами формирования систем мотивации персонала
ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления	знает (пороговый уровень)	методы стратегического анализа

<p>стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-4: умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;</p> <p>ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p>		
	умеет (продвинутый)	проводить стратегический анализ
	владеет (высокий)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
<p>ПК-5: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;</p> <p>ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;</p> <p>ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;</p>	знает (пороговый уровень)	функциональные стратегии организации, направления операционной деятельности организации, основы управления проектами в организации;
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в области маркетинговой деятельности;
	владеет (высокий)	навыками принятия решений в области операционной деятельности организации

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Общая трудоемкость производственной практики составляет 12 недель / 18 зачетных единиц, 648 часов.

Структура производственной практики на базе предприятия

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
-------	--------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------

		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	-	Регистрация в журнале, собеседование
		Ознакомление с программой, сроками и условиями прохождения практики	4,0	–	Групповые консультации
2	Этап 2 – Производственный этап	Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений	64,0	64,0	Устный опрос
		Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия	80,0	80,0	
		Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия	100,0	100,0	
		Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия	88,0	88,0	
		Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия	96,0	96,0	
		Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия	80,0	80,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	20,0	20,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	30,0	30,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	30,0	30,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	48,0	48,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
Итого			648,0	636,0	–

Структура производственной практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	-	Регистрация в журнале, собеседование
		Ознакомление с программой, сроками и условиями прохождения практики	4,0	-	Групповые консультации
2	Этап 2 – Производственный этап	Разработка подхода к исследованию (программы исследования)	80,0	80,0	Устный опрос
		Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	180,0	180,0	
		Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	248,0	248,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	20,0	20,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	30,0	30,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	30,0	30,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	48,0	48,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
Итого			648,0	636,0	-

**8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

*Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по
производственной практике по получению профессиональных умений и*

*опыта профессиональной деятельности (в организационно-
управленческой деятельности) на базе предприятия*

Этап 1 – Подготовительный этап

Контрольные вопросы:

1. Перечислите права студента во время прохождения практики
2. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
3. В каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.
4. Как заполняется дневник о практике.
5. Требования к распорядку проведения практики.
6. Требования охраны труда во время работы на практике (перечислить).
7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).
8. Требования охраны труда после начала работы на практике (перечислить).
9. Требования охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).
10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

Этап 2 – Производственный этап

Контрольные вопросы:

1. Организационно-правовая форма предприятия, на котором студент проходит практику.
2. Год создания предприятия.
3. Местоположение предприятия, его юридического адрес.
4. Виды деятельности, которые осуществляет предприятие в настоящий момент времени.
5. Вид организационной структуры предприятия, на котором проходит практику студент.
6. Перечислить службы, которые входят в состав предприятия.

7. Перечислить нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.).

8. Дать оценку основных показателей деятельности предприятия в динамике развития.

9. Перечислить состав материально-технической базы предприятия: размер торговых площадей, складских помещений, складов и т.д.

10. Численность персонала, состав работников предприятия, на котором проходит практику студент.

11. Источники закупки товаров (сырьевых материалов) предприятия, их классификация.

12. Перечислить методы выбора поставщиков товаров, используемые на предприятии.

13. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

14. Перечислить методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

15. Дать характеристику ассортименту и объемам закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

16. Дать характеристику договорам, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие.

17. Перечислить порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

18. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия.

19. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии. Выявить наличие на предприятии неходовых товаров.

20. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей.

21. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.

22. Описать порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.

23. Описать порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров.

24. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если на предприятии нет маркетолога (отдела маркетинга) существует ли необходимость их внедрения и почему).

25. Описать ассортиментную политику предприятия.

26. Описать ценовую политику предприятия

27. Описать политику распределения предприятия

28. Описать коммуникационную политику предприятия

29. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.

30. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

31. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку.

32. Оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы и т.д.

Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации

Контрольные вопросы:

1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
2. Перечислите методы анализ вторичной информации
3. Перечислите методы анализа первичной информации
4. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
5. Дайте характеристику регрессионному анализу.
6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных
7. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике

Контрольные вопросы:

1. Указать объем отчета по производственной преддипломной практике.
2. Перечислите основные требования к оформлению отчета.
3. Опишите основные правила оформления таблиц, рисунков.
4. Опишите основные требования к оформлению списка использованных источников.

Этап 5 – Защита отчета по практике

Контрольные вопросы:

1. Когда должен быть сдан отчет по практике на кафедру маркетинга, коммерции и логистики?

2. Структура отчета по практике.

Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

1 Этап 1 – Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики

Контрольные вопросы:

1. Перечислите права студента во время прохождения практики
2. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
3. В каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.
4. Как заполняется дневник о практике.
5. Требования к распорядку проведения практики.
6. Требования охраны труда во время работы на практике (перечислить).
7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).
8. Требования охраны труда после начала работы на практике (перечислить).
9. Требования охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).
10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

Этап 2 – Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме

Контрольные вопросы:

1. Понятие исследовательского проекта и его роль для проведения исследований.

2. Понятие и особенности разведочных (поисковых) исследований и методы, применяемые при их проведении.
3. Понятие и особенности поисковых (дескриптивных) исследований и методы, применяемые при их проведении.
4. Понятие и особенности каузальных (причинно-следственных) исследований и методы, применяемые для их проведения.
5. Охарактеризуйте этические проблемы, которые могут возникнуть при проведении различных видов исследований.
6. Какие виды исследовательских проектов Вы используете в своем исследовании?
7. Понятие, характеристика категорий и типов выборок.
8. Этапы проектирования выборок.
9. Какую выборку Вы планируете при проведении исследования?
10. Этика заказчика маркетинговых исследований
11. Этика исполнителя маркетинговых исследований
12. Этика и права респондента при участии в маркетинговых исследованиях
13. Назовите этапы процесса маркетингового исследования и дайте краткую характеристику каждого этапа.
14. Что такое постановка проблемы в маркетинговых исследованиях?
15. Поясните порядок преобразования управленческой проблемы в проблему маркетинговых исследований.
16. Что такое гипотезы исследования и для каких целей они разрабатываются?
17. Какие Вы используете подходы к формированию гипотезы в рамках подхода к исследованию (программы исследования)?
18. Какие этапы программы исследования (подхода к исследованию) Вы знаете?

19. Какие методы исследований Вы планируете использовать при проведении исследования согласно разработанному Вами подходу (программе) исследования?

20. Какой инструментарий исследования Вы разрабатываете в рамках подхода (программы) исследования?

21. Проводите ли Вы тестирование инструментария исследования и если да, то опишите, кто принимает участие в тестировании и каким образом?

22. Какой подход к расчету объема выборки Вы использовали и почему? Чему равен объем выборки в рамках вашего подхода к исследованию?

Этап 3 – Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования (кабинетные исследования)

Контрольные вопросы:

1. Перечислите методы сбора информации в рамках кабинетных исследований?

2. Какие методы сбора вторичной информации Вы используете в процессе проведения исследования?

3. С какими проблемами Вы столкнулись в процессе сбора вторичной информации?

Этап 4 – Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования (полевые исследования)

Контрольные вопросы:

1. Какие методы сбора первичной информации Вы используете в процессе проведения исследования?

2. Какой инструментарий исследования Вы используете в процессе проведения исследования?

3. Где Вы проводите опросы?

4. Кого и почему Вы опрашиваете в рамках исследования?

5. Какое количество респондентов Вы планируете опросить?
6. Перечислите структуру анкеты.
7. От каких факторов зависит качество собранной информации в рамках проводимых Вами опросов?
8. От каких факторов зависит качество собранной информации в рамках проводимых Вами наблюдений?
9. Что такое пилотное тестирование и с какой целью проводится?
10. Какие этические нормы Вы соблюдали при проведении сбора первичной информации?
11. Какие типы вопросов содержатся в разработанной вами анкете?
12. Какие шкалы содержатся в разработанной вами анкете?
13. Какие требования Вы соблюдали при формировании и оформлении анкеты?
14. Какие требования Вы соблюдали при формировании листа наблюдения?
15. Что такое маршрутный лист при проведении интервью и для чего он разрабатывается?
16. С какими проблемами Вы столкнулись в процессе сбора первичной информации?

Этап 5 – Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации

Контрольные вопросы:

1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
2. Перечислите методы анализ вторичной информации
3. Перечислите методы анализа первичной информации
4. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
5. Дайте характеристику регрессионному анализу.
6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных

7. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

Этап 6 – Написание и оформление отчета по практике

1. Указать объем отчета по производственной практике.
2. Перечислите основные требования к оформлению отчета.
3. Опишите основные правила оформления таблиц, рисунков.
4. Опишите основные требования к оформлению списка использованных источников.

5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Содержание практики зависит от места ее проведения. Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) может быть организована на сторонних производственных и торговых предприятиях, в компаниях, предоставляющих логистические услуги и других организациях, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ.

Содержание программы практики на базе предприятия

В таблице представлен график прохождения производственной практики на базе предприятия.

Таблица – График прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) на базе предприятия

Содержание программы	Количество дней
1 Собрание по практике на кафедре маркетинга, коммерции и логистики для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2 Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений: – изучение организационно-правовой формы предприятия; – характеристика деятельности подразделений предприятия; – изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия; – оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития.	8, в т.ч.: 1 1 2 4
3 Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия. Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия.	8 10 10
4. Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости)	11*
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия	9
6. Анализ и обработка собранной информации	9
7 Написание и оформление отчета	5
8. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	72

*Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ

Основные направления исследований в рамках практики

1. Собрание по практике на кафедре: определение целей, задач практики, определение сроков и календарного плана практики, знакомство с программой практики. На данном этапе руководитель практики от кафедры знакомит студентов с их правами и обязанностями и сроками предоставления отчетных документов по практике.

2. Изучение деятельности предприятия и его основных подразделений:

- наименование, форма собственности, юридический и фактический адрес, год образования, краткая история развития предприятия;
- виды деятельности предприятия;

- организационная структура управления предприятием (вид, наименование подразделений предприятия, характеристика функций);
- нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);
- оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам);

3. Анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии:

- характеристика службы маркетинга на предприятии (состав, структура);
- функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга;
- положение о службе маркетинга;
- в случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет);

4. Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия:

- информационные потоки на предприятии;
- направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии (с описанием направлений маркетинговых исследований, заказываемых у сторонних специализированных маркетинговых компаний и маркетинговых исследований, выполняемых собственными силами);
- методы обработки маркетинговой информации на предприятии;
- основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
- характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики, политика продвижения);

– характеристика проектов, разрабатываемых и реализуемых на предприятии в области маркетинга (виды, наименование, состав участников, заинтересованные лица, сроки и т.д.).

5. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия:

– показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности, используемые на предприятии;

– анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятия;

– рекомендации по совершенствованию подходов к оценке эффективности маркетинговой деятельности на предприятии).

6. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия. Обязательным условием прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) является выявление проблем в области маркетинговой деятельности предприятия и разработка рекомендаций по принятию маркетинговых решений с целью решения выявленных проблем.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать результаты выполненного индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости). Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ.

Направления исследований в рамках практики, в зависимости от типа предприятия

Общие вопросы, которые подлежат изучению и освещению в отчете, независимо от вида и характера деятельности предприятия

1. **Организационная и правовая характеристика предприятия:** описание статуса предприятия, его правовой основы, истории создания, указания года создания, состава учредителей, местоположения предприятия, его юридического адреса.

2. Характеристика основных видов деятельности предприятия: указать виды деятельности по Уставу, а также основные виды деятельности предприятия на настоящий момент времени.

3. Организационная структура управления предприятия: определить ее вид, оценить ее соответствие выполняемым функциям и задачам, стоящим перед предприятием, начертить схему управления, структурное построение служб, изучить их задачи и функции, провести анализ системы взаимоотношений между ними, описать функциональные обязанности основных служб, отделов или работников.

4. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);

5. Оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам). Построить таблицу основных экономических показателей. После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

6. Характеристика материально - технической базы предприятия и ее оценка: описать техническое состояние помещений предприятия как основных, так и вспомогательных: их размер в м² или м³, оснащенность оборудованием, состояние.

7. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы: показать динамику численности персонала, рассказать о кадровой политике предприятия.

8. Анализ маркетинговой деятельности предприятия: характеристика видов маркетинговых решений на предприятии

(ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики, политика распределения).

2. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в оптовых и мелкооптовых или производственных предприятиях

1. Характеристика деятельности предприятия и ее оценка: к какому типу посредников относится данное предприятие, какие функции выполняет: обеспечивает заключение договоров между продавцом и покупателем, самостоятельно закупает товары у производителей и продает потребителям, обеспечивает доставку и хранение, предлагает различные услуги, связанные с доведением товара от производителя до потребителя), осуществляет производственную деятельность.

2. Методы выбора основных поставщиков товаров, используемые на предприятии.

3. Методы изучения спроса, используемые на предприятии. Порядок использования данных о спросе в закупочной деятельности предприятия.

4. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

5. Характеристика ассортимента предприятия.

6. Характеристика договорной работы предприятия с поставщиками, порядок и особенности заключения договоров (сделок); описать содержание договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие; изучить порядок и причины составления протокола разногласий к договору; изучить содержание спецификации на поставку товаров. К отчету приложить копии всех вышеперечисленных и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров.

7. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.

Составить таблицу количества заключенных договоров с поставщиками товаров в зависимости от вида хозяйственных связей и их длительности и проанализировать ее.

8. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары. Проанализировать особенности оплаты товаров с различными поставщиками в современных условиях.

9. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия, ознакомиться с содержанием договоров, заключенных с транспортными компаниями. Изучить порядок доставки товаров покупателям собственным транспортом (если имеется) или привлеченным. К отчету приложить копии всех документов, оформляемых на предприятии при доставке товаров собственным и привлеченным транспортом.

10. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров (порядок заключения договоров, порядок расчета, порядок отгрузки и доставки товаров в их адрес). Составить таблицу по количеству заключенных договоров с ними и проанализировать ее.

11. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии: изучить их динамику по годам, выявить неходовые и залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами, используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

12. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров,

использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

13. Характеристика методов стимулирования продажи (сбыта) товаров, используемых на данном предприятии.

14. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если ли на предприятии нет маркетинга (отдела маркетинга или маркетолога) существует ли необходимость их внедрения и почему).

15. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия

3. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в розничных торговых предприятиях

1. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей. Режим работы предприятия, эффективность выбора режима работы.

2. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.

3. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.

4. Источники закупки товаров предприятия, их классификация по организационному признаку, географическому расположению, специализации и т.д. Составить таблицу источников закупки товаров (количества поставщиков) в динамике за три года.

5. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.

6. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.

Порядок использования данных о спросе в закупочной деятельности предприятия.

7. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии. Для этого необходимо составить таблицу динамики объемов закупаемых товаров в ассортиментном разрезе за три последних года и проанализировать ее.

8. Порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.

9. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

10. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии: изучить их динамику по годам, выявить неходовые и залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами, используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

16. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если на предприятии нет маркетинга (отдела маркетинга или маркетолога) существует ли необходимость их внедрения и почему).

17. Предложения по устранению имеющихся проблем на предприятии и их экономическое обоснование. Провести

соответствующие логистические расчеты, подтверждающие экономическую целесообразность вносимых предложений.

Обязательным условием прохождения производственной практики является выявление проблем в области маркетинговой деятельности предприятия и разработка рекомендаций по принятию решений с целью решения выявленных проблем.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать результаты выполненного индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости). Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ.

Содержание программы практики на базе кафедры

Производственная практика для студентов, которые проходят практику на базе кафедры предполагает проведение научно-исследовательской работы.

Научно-исследовательская работа в рамках производственной практики проводится по тематике, которая выбирается студентом до начала производственной практики по согласованию с руководителем практики от кафедры.

Научно-исследовательская работа может быть проведена по следующим направлениям (примерный перечень тем):

1. Совершенствование digital-маркетинга для предприятий разной специализации
2. Влияние информационных технологий на поведение потребителей при выборе предприятия общественного питания
3. Исследование влияния потребительских ценностей на выбор мясных полуфабрикатов
4. Влияние технологий продвижения продуктов и предприятий общественного питания на лояльность потребителей
5. Исследование рынка рекламных услуг
6. Исследование рынка обучающего программного обеспечения
7. Анализ потребительских предпочтений на рынке юридических услуг г. Хабаровска

8. Взаимосвязь потребительских предпочтений, потребительских ценностей и модели продукта общественного питания

9. Исследование рынка транспортно-логистических услуг стран АТР.

10. Оценка состояния рынка транспортно-логистических услуг Китая (или Кореи, Японии и т.д.).

11. Исследование рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).

12. Анализ спроса на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).

13. Анализ предложения на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).

14. Оценка конъюнктуры рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).

15. Оценка конкурентной среды товарного рынка/рынка услуг.

16. Анализ и оценка поставщиков молочной продукции

г. Владивостока

17. Исследование рынка строительных материалов Китая

18. Исследование рынка услуг медицинского туризма КНР

19. Оценка качества обслуживания в магазинах бытовой техники

г. Владивостока

20. Исследование рынка жилой недвижимости г. Владивостока

21. Исследование рынка рекламных услуг г. Владивостока

22. Организация мерчандайзинга в магазинах бытовой техники

г. Владивостока

23. Исследование рынка интернет-рекламы КНР

24. Влияние социальных медиа на поведение потребителей Китая

25. Исследование потребительских предпочтений на рынке эко-товаров КНР

26. Влияние инструментов мобильного маркетинга на поведение потребителей Китая

27. Исследование рынка розничных продаж молока и молочной продукции Приморского края

28. Исследование рынка легковых автомобилей Приморского края

29. и т.д.

Данный список направлений исследования является базовым и может быть изменен в соответствии с целями и направлениями развития кафедры маркетинга, коммерции и логистики, современным состоянием маркетинга, новыми тенденциями развития маркетинга. Так же студент, по согласованию с преподавателем, может предложить собственное направление исследования.

График прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) (4 курс, 7 семестр) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики представлен в таблице.

Таблица – График прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Содержание программы	Количество дней
1. Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2. Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме	8
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	28
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	20
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	9
6. Написание и оформление отчета по практике	5
7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	72

Исследование, проводимое в рамках практики, должно быть проведено по предварительно разработанной программе исследования или в

соответствии с разработанным подходом к исследованию. Программа исследования должна включать в себя сбор не только вторичной информации, но и сбор первичной информации. Перед реализацией программы исследования студент должен согласовать и утвердить программу исследования и инструментарий исследования с непосредственным руководителем практики от кафедры.

После прохождения практики студент должен совместно с дневником и отчетом по практике сдать руководителю инструментарий сбора информации (листы наблюдения, анкеты, заполненные в ходе интервью и т.д.). Количество сдаваемых форм должно соответствовать рассчитанному объему выборки в рамках программы исследования. Качество рабочего инструментария оценивает руководитель практики от кафедры.

Форма контроля по итогам производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) – зачет с оценкой.

Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций, представленных в таблице:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК-1: владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории управления персоналом	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
	умеет (продвинутый)	разрабатывать критерии мотивации персонала	Сформированные и систематические знания	Высокий	5
			Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
В целом успешное, но	4				

<p>осуществлять диагностику организационной культуры;</p> <p>ПК-2: владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;</p>	<p>владеет (высокий)</p>	<p>методами формирования систем мотивации персонала</p>	содержащее отдельные пробелы умение	<p>Высокий</p>	<p>5</p>		
			Успешное и систематическое умение				
			Не владеет			<p>Пороговый</p>	1
			Фрагментарное владение				2
			В целом успешное, но не систематическое владение			<p>Базовый</p>	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				4
Успешное и систематическое владение	<p>Высокий</p>	5					
<p>ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-4: умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;</p> <p>ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>методы стратегического анализа</p>	Отсутствие знаний	<p>Пороговый</p>	1		
			Фрагментарные знания		2		
			Неполные знания	<p>Базовый</p>	3		
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4		
			Сформированные и систематические знания		<p>Высокий</p>	5	
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<p>проводить стратегический анализ</p>	Отсутствие умений	<p>Пороговый</p>	1		
			Частично освоенное умение		2		
			В целом успешное, но не систематическое умение	<p>Базовый</p>	3		
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4		
			Успешное и систематическое умение		<p>Высокий</p>	5	
<p>владеет (высокий)</p>	<p>владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	Не владеет	<p>Пороговый</p>	1			
		Фрагментарное владение		2			
		В целом успешное, но не систематическое владение	<p>Базовый</p>	3			
		В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4			
		Успешное и систематическое владение		<p>Высокий</p>	5		

достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;					
ПК-5: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;	знает (пороговый уровень)	функциональные стратегии организации, направления операционной деятельности организации, основы управления проектами в организации;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в области маркетинговой деятельности;	Отсутствие умений	Пороговый	1	
		Частично освоенное умение		2	
		В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3	
		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4	
		Успешное и систематическое умение	Высокий	5	
владеет (высокий)	навыками принятия решений в операционной деятельности организации	Не владеет	Пороговый	1	
		Фрагментарное владение		2	
		В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3	
		В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4	
		Успешное и систематическое владение	Высокий	5	

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы для собеседования на зачёт с оценкой

Практика на базе предприятия

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.

3. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
4. Организационная структура управления предприятием.
5. Анализ кадрового состава предприятия.
6. Перечень поставщиков товаров и услуг.
7. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
8. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
9. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
10. Анализ показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).
11. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия.
12. Организационная структура службы маркетинга на предприятии.
13. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга. В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.
14. Положение о службе маркетинга.
15. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.
16. Перечень поставщиков товаров и услуг.
17. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.
18. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
19. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
20. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).
21. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Практика на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований
7. Методы количественных исследований
8. Этапы формирования выборки
9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. Методики определения рыночной доли
15. Методики определения емкости рынка
16. Какие Вы знаете подходы к оценке конкурентной среды рынка?
17. Какие показатели необходимо оценивать в процессе оценки конкурентной среды рынка?
18. Что такое лояльность потребителей к товару (бренду, предприятию)?
19. Виды лояльности потребителей.
20. Программы лояльности потребителей.
21. Подходы к оценке лояльности потребителей.
22. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике
23. Методы качественных исследований, использованные на практике
24. Методы количественных исследований, использованные на

практике

25. Инструментарий исследования, разработанный на практике
26. Кабинетные исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
27. Полевые исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
28. Качественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
29. Количественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
30. Почему были выбраны именно эти методы исследования?
31. Какой подход был использован к формированию выборки и почему?
32. Каким образом была рассчитана выборка в процессе исследования?
33. Перечислите основных операторов исследуемого товарного рынка?
34. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка
35. Рекомендации операторам рынка, разработанные по результатам проведенного в процессе практики исследования.
36. и т.д.

Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности)

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности):

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета).

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Форма проведения аттестации по итогам практики: устная индивидуальная защита отчета.

Методические указания по составлению отчета по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности)

Для оформления результатов производственной практики рекомендуется следующий порядок размещения материала для сдачи на кафедру:

1. **Отзыв руководителя от организации** с места практики, выполненный на фирменном бланке с подписью руководителя и печатью принимающей организации.

2. **Дневник студента** по производственной практике. Дневник составляется студентом в соответствии с указаниями программы, индивидуальным заданием и дополнительными указаниями руководителей практики от вуза и от организации. Дневник о прохождении практики является основным документом, по которому студент отчитывается за выполнение программы и индивидуального задания по практике. В нем по дням указываются виды работ, выполнявшиеся студентом на предприятии (учреждении, организации) в период прохождения преддипломной практики. Титульный лист и форма дневника представлены в приложениях 1 и 2.

3. **Отчет студента** по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности). В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального задания, выданного студенту перед началом практики, а также всех пунктов программы практики, а также получение указанных выше компетенций.

Отчет о прохождении производственной практики должен содержать собранные практические материалов в соответствии с темой ВКР и

индивидуальным планом прохождения практики для дальнейшего использования при написании аналитической части ВКР.

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение нахождение практики (с подписью руководителя от предприятия и печатью предприятия).
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенный печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
6. Оглавление (в соответствии с вопросами практики согласно программе практики).
7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.
8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).
9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).
10. Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (отчет о втором этапе практики).
11. Результаты научно-исследовательской работы (если она предусматривается индивидуальным заданием).

12. Заключение, в котором должны быть подведены итоги практики с выводами и рекомендациями предприятию. Составным элементом может быть рекомендуемая Анкета студента по итогам прохождения практики.

13. Приложения (копии различных документов, используемых на предприятии: бухгалтерский баланс, договоры, фактуры, накладные, коносаменты, бланки заказов, отчеты и т.д.).

Объем отчета о производственной практике должен составлять 25 - 30 страниц машинописного текста (полуторный интервал). В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам. Главы могут содержать подразделы, которые должны быть отражены в содержании отчета. Предложения и выводы должны быть четко сформулированы. В отчете по практике материал распределяется по вопросам программы.

Отчет о производственной практике должен быть оформлен в соответствии с Методическими рекомендациями по оформлению курсовых и выпускных квалификационных работ. При оформлении отчета по практике необходимо учитывать следующие обязательные требования к его оформлению.

1. Набор текста осуществляется на компьютере. Отчет о практике оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 (размер 210 на 297 мм) в соответствии со следующими требованиями:

- интервал междустрочный – полуторный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта - 14 пт (в таблицах допускается 10-12 пт);
- выравнивание текста «по ширине» с автоматической расстановкой переносов.

2. Страницы отчета о практике должны иметь следующие размеры полей:

- левое – 25-30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее и нижнее – 20 мм.

3. Нумерация страниц начинается с титульного листа арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Порядковый номер страницы ставится в правой нижней части страницы, начиная с Введения.

4. Приложения и список использованных источников необходимо включать в сквозную нумерацию.

5. Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

6. Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела. Номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем (например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки, а также другой графический материал. Методических указаний по оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ ШЭМ).

Правильно оформленный отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от организации.

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

- цели и задачи практики;
- характеристику организации, в которой студент проходил практику или для которой разрабатывается проект;
- оценку положения предприятия на рынке;
- характеристику структурного подразделения (подразделений), в котором (в которых) студент работал во время практики – анализ регламентирующих деятельность подразделения документов;

- подробное описание задачи, поставленной перед студентом научным руководителем и руководителем практики со стороны организации;
- необходимые первичные документы, которые будут использованы при написании ВКР;
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

Отчет студента о прохождении производственной преддипломной практики должен содержать рабочий вариант аналитической части ВКР.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО- УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>)
2. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>)
3. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>)
4. Никишкин, В. В., Твердохлебова, М.Д Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 96 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/475369>
5. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-

торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. – 336 с.
(<http://znanium.com/bookread2.php?book=512747>)

6. Сергеев, В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – XXX, 634 с.
(<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)

7. Синяева, И.М., Мишулин, Г.М., Фойгель, М.А., Константиныди Х.А. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0277-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/361399>

8. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс]: Монография / И. М. Синяева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. – 166 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>

9. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 107 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=433622>)

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с.
(<http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>)

2. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.:
(<http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>)

3. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 159 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369011>)

4. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. - 448 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

5. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. - 284 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>)

6. Смирнов, К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>)

7. ГОСТ 51303–99. Торговля. Термины и определения. – Введ. 1999–08–11. – М.: Госстандарт России, 1999. – 12 с. (<http://base.garant.ru/182045>)

8. ГОСТ Р 51773 – 01. Розничная торговля. Классификация предприятий. – Введ. 2001–07–05. – М.: Госстандарт России, 2001. – 14с. (<http://www.gostbaza.ru/?gost=6841>)

9. Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/); <https://www.referent.ru/1/176630>)

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети
Интернет**

1. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов. – Режим доступа: <http://marketing-now.ru>.

2. Сайт практикующего маркетинг-директора "Записки маркетолога" рассказывает обо всех аспектах маркетинга, рекламы, PR и продаж. – Режим доступа: <http://www.marketch.ru>

3. Торгово-экономический журнал посвящен публикации результатов исследований в области экономики торговли, включая управление цепями поставок, маркетинговые мероприятия и управление отношениями с клиентами. В журнале публикуются статьи по таким направлениям, как организация торговли, экономика и управление торговой организаций, коммерческая логистика, правовое обеспечение торговой деятельности. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru>

4. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу. – Режим доступа: <http://www.merchandising.ru>.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор

	<p>Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов</p> <p>R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных.</p> <p>WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu;</p> <p>Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации</p> <p>Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО- УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64- bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64- bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувеличителем с возможностью регуляции цветových спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики,

канд. экон. наук, доцент

Т.А. Никулина

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «20» мая 2016 г. № 6



**Форма титульного листа отчета о прохождении производственной практики по
получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в
организационно-управленческой деятельности)**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

О Т Ч Е Т

о прохождении производственной практики по получению
профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в
организационно-управленческой деятельности)

Выполнил студент гр. Б1402мр

_____ А.А. Иванов

Отчет защищен:

с оценкой _____

_____ И.О. Фамилия

подпись

« _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики

к.э.н., доцент кафедры
маркетинга, коммерции и логистики

_____ Т.А. Никулина

Регистрационный № _____

« _____ » _____ 20__ г.

подпись

И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок

с « _____ » _____ 20__ г.

по « _____ » _____ 20__ г.

в _____

г. Владивосток

20__



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
 «Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности)

бакалавра 4 курса группы Б1402 мр

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета

направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

профиль подготовки «Маркетинг»

Сорокина Игоря Юрьевича

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

И.И. Петрова

08.12.201_
 М.П.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ХАРАКТЕРИСТИКА

бакалавра 4 курса группы Б1402 мр
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Маркетинг»
Сорокина Игоря Юрьевича

Руководитель практики

И.И. Петрова

08.12.201_
М.П.

Приложение 4

Форма заявления студента о направлении на практику

Заведующей кафедрой
маркетинга, коммерции и логистики
ШЭМ ДВФУ

Ф.И.О. полностью

студента (-ки)

Ф.И.О. полностью

группа

Заявление

Прошу направить меня для прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) на

_____ (название предприятия)

Руководитель практики:

_____ (Ф.И.О. руководителя, должность, ученая степень, ученое звание руководителя)

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Подпись студента _____ / _____
(инициалы, фамилия)

Руководитель практики: «Согласен» _____
(подпись)

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Решение кафедры:

Зав. кафедрой _____

« ____ » _____

20__ г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной
программы


Е.Б. Гаффорова
« 28 » июня 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности (в информационно-аналитической деятельности)

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент _____
Профиль подготовки _____ Маркетинг _____
Квалификация (степень) выпускника _____ бакалавр _____

г. Владивосток
2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- приказ Минобрнауки РФ от 12.01.2016 № 7 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) с изменениями, утвержденными приказами Минобрнауки РФ от 20.04.2016 № 444;
- устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Целями производственной практики являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Целью производственной практики является:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для

решения отдельных задач по месту прохождения практики;

- изучение организационной структуры предприятия и действующей в нем системы управления;

- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;

- изучение особенностей строения, состояния, поведения и/или функционирования конкретных технологических процессов;

- освоение приемов, методов и способов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров производственных технологических и других процессов. В соответствии с профилем подготовки;

- принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях;

- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;

- приобретение первичных профессиональных навыков в будущей профессиональной деятельности.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Задачами производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в аналитической деятельности) является формирование навыков и умений:

информационно-аналитическая деятельность:

- 1) выбора и применения количественных и качественных методов маркетинговых исследований;

- 2) разработки и оценки эффективности инновационных аналитических, или маркетинговых, или рекламных технологий;

- 3) исследования, моделирования и оценки бизнес-технологий;
- 4) анализа состояния и динамики показателей маркетинговой деятельности с использованием современных методов и средств исследований;
- 5) изучения прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);
- 6) поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации.

организационно-управленческая деятельность:

- 1) планирования и принятия решений в области маркетинга или рекламы; оценка их эффективности;
- 2) управления и оптимизации маркетинговой деятельности предприятия.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.П.3) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной практики Б2.П.3 у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

– способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

– способность к самоорганизации и самообразованию владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

– способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования;

– способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;

– способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности) проходит в 8-м семестре, является третьей из 4-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг». Содержание производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности) предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Теория менеджмента», «Основы стратегического менеджмента», «Основы

маркетинга», «Основы управления маркетингом», «Управление маркетинговыми коммуникациями», «Маркетинг в социальных медиа», «Торговый маркетинг», «Маркетинговые исследования».

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы.

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности).

Способ проведения – выездная, стационарная

Форма проведения практики – рассредоточенная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 8-ом семестре на 4 курсе.

Местом проведения практики являются сторонние организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в отдельных случаях – кафедра маркетинга, коммерции и логистики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их

психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знает	Виды маркетинговой информации
	Умеет	Анализировать результаты маркетинговых исследований.
	Владеет	Технологиями анализа данных.
ПК – 10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей	Знает	Методы количественных и качественных исследований.
	Умеет	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований.
	Владеет	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований.

путем их адаптации к конкретным задачам управления		
ПК – 11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Знает	Методы сбора и анализа маркетинговой информации.
	Умеет	Разрабатывать программу маркетингового исследования.
	Владеет	Технологиями анализа данных полевых исследований.
ПК – 12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Знает	Методы исследования поведения потребителей.
	Умеет	Проводить сегментирование рынка.
	Владеет	Методами сегментирования рынка.
ПК – 13 умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Знает	Модели принятия решения о покупке.
	Умеет	Выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителями.
	Владеет	Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей.
ПК – 14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета ПК – 15 умение проводить анализ рыночных и специфических	Знает	Методы формирования бюджета маркетинговых мероприятий.
	Умеет	Рассчитывать бюджет маркетинговых мероприятий и оценивать их эффективность.
	Владеет	Навыками планирования финансовых ресурсов в маркетинговой деятельности предприятия.

<p>рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> <p>ПК – 16</p> <p>владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов</p>		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 недель, 9 зачётных единиц, 324 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)		Итого	Формы текущего контроля
			Аудиторная работа	Самостоятельная работа		
1.	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	2 ч.		2 ч.	Подпись в журнале учета
2.	Этап 2 – Производственный этап	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием		138 ч.	138 ч.	Консультации, устный опрос
3.	Этап 3 – Обработка и анализ полученной информации	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием		138 ч.	138 ч.	Консультации, устный опрос
4.	Этап 4 – Подготовка отчета по практике	Написание и оформление отчета		44 ч.	44 ч.	Консультации, устный опрос

5.	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	2 ч.		2 ч.	Защита отчета
Итого			4 ч.	320 ч.	324 ч.	

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Содержание практики зависит от места ее проведения. Производственная практика может быть организована на производственных и торговых предприятиях, в консалтинговых, исследовательских, рекламных компаниях и других организациях, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ДВФУ.

В ходе прохождения производственной практики студент изучает следующие вопросы аналитической деятельности предприятия:

1. организация и осуществление анализа маркетинговой деятельности;
2. организация и осуществление качественных и количественных маркетинговых исследований;
3. проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
4. управление маркетинговой деятельностью предприятия;
5. участие в работе по обеспечению и осуществлению аналитических процессов на предприятии;
6. участие в разработке товарной, ценовой, коммуникационной политик;
7. участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;

8. соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;

9. оформление и контроль правильности составления технической документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов).

В ходе прохождения производственной практики в соответствии с рассматриваемыми вопросами студент выполняет следующие виды работ:

- изучает основные документы, регламентирующие маркетинговую деятельность предприятия;
- изучает функциональные обязанности руководителя предприятия;
- изучает систему организации труда на предприятии;
- изучает функции службы маркетинга на предприятии;
- изучает процесс организации маркетинговых исследований на предприятии;
- анализирует результаты маркетинговых исследований предприятия;
- изучает подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятия;
- рассчитывает эффективность рекламной деятельности предприятия;
- изучает подходы к организации маркетинговых исследований на предприятиях.

В основе организации производственной практики лежит договор, заключаемый на безвозмездной основе между ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет» и предприятиями (учреждениями, организациями), которые выступают в качестве баз практики. В случае прохождения практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики договор не заключается.

Непосредственными участниками организации проведения практики

являются:

- студент университета, направленный на практику;
- руководитель практики от кафедры университета (преподаватель);
- принимающая организация в лице руководителя организации (подразделения) и специалиста, которому поручается непосредственное руководство практикой (руководитель и специалист могут быть в одном лице).

Общее руководство практикой студентов осуществляет кафедра маркетинга, коммерции и логистики, а непосредственное руководство осуществляют научные руководители из числа преподавателей кафедры маркетинга, коммерции и логистики.

В принимающей организации руководство практикой студентов в структурном подразделении (отделе, службе, и т.п.) возлагается на квалифицированных специалистов и руководителей.

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются:

- договор Университета с принимающей организацией;
- направление на практику;
- программа прохождения практики;
- дневник о прохождении практики.

Практика в организациях осуществляется на основе договоров, в соответствии с которыми указанные организации предоставляют места для прохождения практики студентов. Типовой договор на прохождение практики разрабатывается Правовым департаментом ДВФУ и по мере необходимости пересматривается по представлению подразделения Службы проректора по УВР, курирующего процесс организации практик в ДВФУ.

Допускается возможность заключения договоров в индивидуальном порядке со студентами, желающими пройти практику в организациях по собственному выбору, но не позднее 1 месяца до начала практики. Для

студентов, обучающихся по заочной форме, базами практики могут являться предприятия и организации, на которых они работают.

Руководитель практики от вуза своевременно распределяет студентов по местам практики и готовит представление кафедры для подготовки проекта приказа.

Руководитель практики от кафедры осуществляет контроль за правильной организацией практики, систематически контролирует ее прохождение, а также консультирует студентов по всем возникающим вопросам. С этой целью составляется график консультаций, который на собрании (первый день) о прохождении практики доводится до студентов. В графике консультаций выделяются отдельные даты (один раз в неделю), в которые студент в обязательном порядке должен явиться на кафедру и показать дневник практики.

По итогам прохождения производственной практики студентом на кафедру предоставляются следующие документы: дневник практики и отчет о практике. В Дневник практики (приложения 3 и 4), наряду с отзывом руководителя практики от организации, включается анкета для самооценки деятельности бакалавра при прохождении практики.

Для оформления результатов производственной практики рекомендуется следующий порядок размещения материала для сдачи на кафедру:

1. **Отзыв руководителя от организации** с места практики, выполненный на фирменном бланке с подписью руководителя и печатью принимающей организации.

2. **Дневник студента** по производственной практике. Дневник составляется студентом в соответствии с указаниями программы, индивидуальным заданием и дополнительными указаниями руководителей практики от вуза и от организации. Дневник о прохождении практики является основным документом, по которому студент отчитывается за выполнение программы и индивидуального задания по практике. В нем по

дням указываются виды работ, выполнявшиеся студентом на предприятии (учреждении, организации) в период прохождения производственной практики. Титульный лист и форма дневника представлены в приложениях 3 и 4.

3. **Отчет студента** по производственной практике. В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального задания, выданного студенту перед началом практики, а также всех пунктов программы практики, а также получение указанных выше компетенций. Титульный лист отчета о практике представлен в приложении 2.

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра по направлению подготовки «**Менеджмент**» программа подготовки «Маркетинг» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение нахождение практики.
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
6. Содержание.
7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.
8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).
9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).

10. Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (отчет о втором этапе практики).

11. Результаты научно-исследовательской работы (если она предусматривается индивидуальным заданием).

12. Заключение, составным элементом которого может быть рекомендуемая Анкета студента по итогам прохождения практики.

13. Приложения.

Образец оформления титульного листа отчета о практике приведен в приложении 2.

Объем отчета о производственной практике должен составлять 25 - 30 страниц машинописного текста (полуторный интервал). В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам. Главы могут содержать подразделы, которые должны быть отражены в содержании отчета. Предложения и выводы должны быть четко сформулированы. В отчете по практике материал распределяется по вопросам программы.

Отчет о производственной практике должен быть оформлен в соответствии с Методическими рекомендациями по оформлению курсовых и выпускных квалификационных работ. При оформлении отчета по практике необходимо учитывать следующие обязательные требования к его оформлению.

1. Набор текста осуществляется на компьютере. Отчет о практике оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 (размер 210 на 297 мм) в соответствии со следующими требованиями:

- интервал междустрочный – полуторный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта – 14 пт (в таблицах допускается 10-12 пт);
- выравнивание текста «по ширине» с автоматической расстановкой

переносов.

2. Страницы отчета о практике должны иметь следующие размеры полей:

- левое – 25-30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее и нижнее – 20 мм.

3. Нумерация страниц начинается с титульного листа арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Порядковый номер страницы ставится в правой нижней части страницы, начиная с Введения.

4. Приложения и список использованных источников необходимо включать в сквозную нумерацию.

5. Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

6. Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела. Номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем (например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки и другой графический материал.

Правильно оформленный отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от организации, послед чего он дает письменный отзыв (характеристику) о выполнении студентом программы практики. Данный отзыв в краткой форме оформляется в дневнике практиканта, заверяется подписью руководителя практики от предприятия и печатью организации.

Отчет о прохождении производственной практики студент обязан предоставить на кафедру для проверки в течение 10 дней после даты окончания практики. В течение следующих 7 дней руководитель практики от кафедры проверяет его и окончательную оценку выставляет по результатам

защиты. Защита отчетов по практике проводится в срок, установленный заведующим кафедрой и согласованный с учебным отделом.

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

- цели и задачи практики;
- характеристику организации, в которой студент проходил практику или для которой разрабатывается проект;
- оценку положения предприятия на рынке;
- характеристику структурного подразделения (подразделений), в котором (в которых) студент работал во время практики – анализ регламентирующих деятельность подразделения документов;
- подробное описание задачи, поставленной перед студентом научным руководителем и руководителем практики со стороны организации;
- необходимые первичные документы, которые будут использованы при написании курсовых работ или ВКР;
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

**Примерный перечень вопросов для собеседования по разделам
отчёта (текущая аттестация)**

Практика на базе предприятия

1. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
2. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
3. Организационная структура управления предприятия.
4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.
5. Анализ кадрового состава предприятия.
6. Анализ макросреды предприятия.
7. Анализ микросреды предприятия.
8. Анализ комплекса маркетинга предприятия.
9. Анализ товарной политики.
10. Анализ ценовой политики.
11. Анализ коммуникационной политики.
10. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий.

Практика на базе кафедры

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований
7. Методы количественных исследований
8. Этапы формирования выборки
9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. Что такое лояльность потребителей к товару (бренду,

предприятию)?

15. Виды лояльности потребителей.
16. Методики определения рыночной доли
17. Методики определения емкости рынка
18. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике
19. Методы качественных исследований, использованные на практике
20. Методы количественных исследований, использованные на практике
21. Инструментарий исследования, разработанный на практике
22. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка

Форма контроля по итогам производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности) – зачёт с оценкой.

Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций представленных в таблице.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК – 9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знает (пороговый уровень)	Виды маркетинговой информации	Знание определений основных понятий в области маркетинговой информации	- способность дать определения основных видов маркетинговой информации;
	Умеет (продвинутой)	Анализировать результаты маркетинговых исследований	Умение работать с документами, электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять известные подходы к анализу результатов маркетинговых исследований.	- способность работать с отечественной и зарубежной литературой в области организации маркетинговых исследований; - способность изучить научные определения в области организации маркетинговых исследований;
	Владеет (высокий)	Технологиями анализа данных	Владение технологиями анализа результатов маркетинговых исследований	- способность найти в отечественной и зарубежной литературе и обосновать объективность применения подходов к анализу результатов маркетингового исследования
ПК – 10 владение навыками количественного и	Знает (пороговый уровень)	Методы количественных и качественных	Знание основных понятий по основным методам сбора и анализа маркетинговой информации, количественных и	- способность перечислить и раскрыть суть методов количественных и качественных исследований

качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления		исследований	качественных исследований	
	Умеет (продвинутой)	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований	умение применять известные подходы к выбору методов маркетинговых исследований	- способность найти в отечественной и зарубежной литературе и обосновать объективность применения подходов к выбору методов маркетинговых исследований
	Владеет (высокий)	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований	умение применять известные подходы к разработке программы маркетингового исследования	- способность применять подходы к выбору методов маркетинговых исследований, разработке программы маркетингового исследования, анализу результатов маркетингового исследования
ПК – 11 владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Знает (пороговый уровень)	Методы сбора и анализа маркетинговой информации	знание определений основных методов сбора и анализа маркетинговой информации	- способность перечислить и раскрыть суть методов сбора и анализа маркетинговой информации
	Умеет (продвинутой)	Разрабатывать программу маркетингового исследования	умение применять известные подходы к разработке программы маркетингового исследования	- способность применять подходы к разработке программы маркетингового исследования
	Владеет (высокий)	Технологиями анализа данных полевых исследований	умение осуществлять анализ данных полевых исследований	- способность применять подходы к анализу результатов маркетингового исследования.
ПК – 12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации	Знает (пороговый уровень)	Методы исследования поведения потребителей	знание основных методов исследования поведения потребителей	- способность перечислить и раскрыть суть методов исследования поведения потребителей
	Умеет (продвинутой)	Проводить сегментирование рынка	умение осуществлять сегментирование рынка по различным критериям	- способность выделить рыночные сегменты по заданным критериям

для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Владеет (высокий)	Методами и инструментарием сегментирования рынка	умение выбрать признаки и критерии сегментирования, метод и программное обеспечение	- способность выбрать признаки и критерии сегментирования, метод и программное обеспечение; способность выделить и описать рыночные сегменты
ПК – 13 умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Знает (пороговый уровень)	Модели принятия решения о покупке	знание основных моделей принятия решения о покупке	способность перечислить и раскрыть суть моделей принятия решения о покупке
	Умеет (продвинутый)	Выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителями	умение выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителя	- способность описать факторы, влияющие на принятие решений потребителя
	Владеет (высокий)	Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей	умение осуществлять выбор и применять методы оценки факторов, влияющих на поведение потребителей	- способность количественно оценить факторы, влияющие на принятие решений потребителя
ПК – 14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия	Знает (пороговый уровень)	Методы формирования бюджета маркетинговых мероприятий	знание основных методов формирования бюджета маркетинговых мероприятий	способность перечислить и раскрыть суть методов формирования бюджета маркетинговых мероприятий
	Умеет (продвинутый)	Рассчитывать бюджет маркетинговых мероприятий и оценивать их	умение осуществлять выбор методов расчета бюджета и рассчитывать бюджет маркетинговых мероприятий	способность рассчитать бюджет маркетинговых мероприятий на основе существующих методов

<p>решений на основе данных управленческого учета</p> <p>ПК – 15</p> <p>умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> <p>ПК – 16</p> <p>владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов</p>	<p>Владеет (высокий)</p>	<p>эффективность</p> <p>Навыками планирования финансовых ресурсов и оценки рисков в маркетинговой деятельности предприятия.</p>	<p>умение разработать финансовый план и оценить риски в маркетинговой деятельности предприятия</p>	<p>способность осуществлять планирование финансовых ресурсов и оценку рисков в маркетинговой деятельности предприятия</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности)

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК – 9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	знает (пороговый уровень)	Виды маркетинговой информации	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутой)	Анализировать результаты маркетинговых исследований	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	Технологии анализа данных	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	3	
В целом успешное, но сопровождающееся				4	

			отдельными ошибками владение		
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
ПК – 10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	знает (пороговый уровень)	Методы количественных и качественных исследований	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутой)	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение		Высокий
ПК – 11 владение навыками анализа информации	знает (пороговый уровень)	Методы сбора и анализа маркетинго	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2

о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов		вой информации	Неполные знания	Базовый	3	
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4	
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5	
	умеет (продвинутой)		Разрабатывать программу маркетингового исследования	Отсутствие умений	Пороговый	1
				Частично освоенное умение		2
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
				В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
				Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)		Технологии анализа данных полевых исследований	Не владеет	Пороговый	1
				Фрагментарное владение		2
				В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
				В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
				Успешное и систематическое владение	Высокий	5
	ПК – 12 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов,		Методы исследования поведения потребителей	Отсутствие знаний	Пороговый	1
				Фрагментарные знания		2
Неполные знания				Базовый	3	
Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания					4	
Сформированные и систематические знания				Высокий	5	

направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	умеет (продвинутой)	Проводить сегментирование рынка	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	Методами и инструментарием сегментирования рынка	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
ПК – 13 умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	знает (пороговый уровень)	Модели принятия решения о покупке	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
	умеет (продвинутой)	Выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителями	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее		4

			отдельные пробелы умение		
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
Успешное и систематическое владение			Высокий		5
ПК – 14 умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета ПК – 15 умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании ПК – 16 владение навыками оценки	знает (пороговый уровень)	Методы формирования бюджета маркетинговых мероприятий	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутой)	Рассчитывать бюджет маркетинговых мероприятий и оценивать их эффективность	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	Навыками планирования	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2

инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов		финансовых ресурсов и оценки рисков в маркетинговой деятельности предприятия	В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» - продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» - пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения производственной практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с

места прохождения практики.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется

	с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Методические указания по составлению отчета по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической деятельности)

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Основная литература

1. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: «Дашков и Ко», 2009. - 696 с.
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:264691&theme=FEFU>

2. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: Режим доступа - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>
3. Романова, И.М. Торговый маркетинг: учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2011. – 308 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359165&theme=FEFU>
4. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>
5. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – 159 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369011>)
6. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 284 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>
7. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 107 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=433622>
8. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок/ Ж.Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Питер, 2015. – 718 с. (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359058&theme=FEFU>)
9. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 448 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

10. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>)
11. Арсенова, Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: Справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=432788>)
12. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>)
13. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>)
14. Казанцев, А.К. Управление операциями: Учебник / А.К. Казанцев, В.В. Кобзев, В.М. Макаров; Под общ. ред. А.К. Казанцева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 478 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369426>)
15. Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учеб. пособие / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 192 с. (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:353612&theme=FEFU>)
16. Клочкова, М.С. Мерчандайзинг: учебно-практическое пособие / М.С.Клочкова, Е.Ю. Логинова, А.С. Якорева. – Москва: Дашков и К, 2009. – 267 с. (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:264733&theme=FEFU>)
17. Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (Торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов под ред. В. Я. Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=396909>)

18. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. – 336 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=512747>)
19. Смирнов, К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 166 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>)
20. Сысоева, С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице/С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – Санкт-Петербург: Питер – 2011. – 288 с. (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:275034&theme=FEFU>)
21. Сысоева, С.В. Стандарт работы розничного магазина. Разработка инструкций, регламентов и обучение торгового персонала. – Санкт-Петербург: Питер– 2010. – 288 с. (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:276801&theme=FEFU>)
22. Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент/ С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – Санкт-Петербург: Питер– 2011. – 288 с. (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:418998&theme=FEFU>)

Дополнительная литература

1. Сергеев, В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – XXX, 634 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>
2. Синяева, И.М., Мишулин, Г.М., Фойгель, М.А., Константиныди Х.А. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0277-0 <http://znanium.com/catalog/product/361399>

3. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс]: Монография / И. М. Синяева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 166 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>

4. Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» Режим доступа - URL: (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/); Режим доступа - URL: <https://www.referent.ru/1/176630/>)

5. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 284 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

Интернет

1. Официальный сайт Совета Федерации РФ <http://www.council.gov.ru/>
2. Справочно-правовая система «Консультант» <http://www.consultant.ru/>
3. Информационно-правовой портал «Гарант» <http://www.garant.ru/>
4. Официальный сайт Российской газеты <http://www.rg.ru/>
5. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации <http://www.pravo.gov.ru/>
6. Портал государственных услуг <https://www.gosuslugi.ru/>
7. Открытое Правительство <http://open.gov.ru/opengov/>
8. Научная библиотека ДВФУ <https://www.dvfu.ru/library/>
9. Официальный сайт Электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru/>
10. Электронно-библиотечная система Znanium.com <http://znanium.com/>

11. Электронно-библиотечная система IPRbooks
<http://www.iprbookshop.ru/>
12. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>
13. Федеральный портал проектов нормативных правовых актов
<http://regulation.gov.ru/>
14. Портал государственных программ Российской Федерации
<http://programs.gov.ru/Portal/>
15. <http://marketing-now.ru>. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов.
16. <http://trademarketing.ru>. Информационный портал «Торговый маркетинг» - содружество русскоязычных специалистов по торговому маркетингу, БТЛ и стимулированию сбыта; учебное пособие для начинающих трейд-маркетологов; площадка для обсуждения актуальных проблем торгового маркетинга: промо акции, мерчандайзинг, выкладка товара, управление запасами, рекламные материалы; возможность получить и дать безвозмездную консультацию по вопросам, касающимся торгового маркетинга и стимулирования сбыта, написать личное сообщение члену сообщества; источник свежих цеховых новостей; место поиска работы, сотрудников и исполнителей проектных заданий.
17. <http://prodaji.ru>. Компания Продажи.ру содействует владельцам и топ-менеджерам компаний в повышении эффективности бизнеса. Продажи.ру специализируется на проведении корпоративных тренингах, семинарах и бизнес-консалтинге.
18. <http://www.merchandising.ru>. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу.
19. <http://www.retailclub.ru>. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки

и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. Представлена информация о её деятельности, прочтаете статьи и другие информационные материалы, узнаете, где можно купить полезную литературу, какие обучающие программы можно посетить, а также сможете пообщаться в форуме с коллегами по розничному цеху.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
<p>Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест</p>	<p>7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.</p>

**11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИНФОРМАЦИОННО-
АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64-bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами,

оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики, канд. экон. наук
М.Л. Бачерикова

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол от «20» мая 2016 г. № 6.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

О Т Ч Е Т

о прохождении производственной практики по получению
профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в
информационно-аналитической деятельности)

Выполнил студент гр. Б1402мр

_____ А.Д. Петухов

Отчет защищен:
с оценкой _____

подпись

И.О. Фамилия

« ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель практики
к.э.н., доцент кафедры
маркетинга, коммерции и логистики

_____ Л.О. Иванов

Регистрационный № _____

« ____ » _____ 20 ____ г.

подпись

И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок
с « ____ » _____ 20 ____ г.
по « ____ » _____ 20 ____ г.
в _____

г. Владивосток
20 ____



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
 профессионального образования
 «Дальневосточный федеральный университет»
 (ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК

**прохождения производственной практики по получению профессиональных умений
 и опыта профессиональной деятельности (в информационно-аналитической
 деятельности)**

бакалавра 4 курса группы Б1402мр
 Школы экономики и менеджмента
 Дальневосточного федерального университета
 направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
 профиль «Маркетинг»
Сорокина Игоря Юрьевича

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

А. А. Ступникова

27.02.201_
 М.П.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ХАРАКТЕРИСТИКА

бакалавра 4 курса группы Б1402мр
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль «Маркетинг»

Сорокина Игоря Юрьевича

Руководитель практики

А.А. Ступникова

27.02.201_
М.П.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Справка-подтверждение № _____

Студент Задорожный Иван Александрович

прибыл «__» _____ 201__ г.

в ООО «Тин Кан»,

г. Фокино, ул. Руднева, 24, тел. 8 (42339) 2-76-09

для прохождения производственной практики.

Выбыл «__» _____ 2019 г.

Генеральный директор ООО «Тин Кан» _____ / Ю.В. Попенко

МП



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной
программы


Е.Б. Гафорова
«28» июня 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент _____
Профиль подготовки _____ Маркетинг _____
Квалификация (степень) выпускника _____ бакалавр _____

г. Владивосток
2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.01.2016 № 7;
- устава ДВФУ от 12.05.2011 №1614;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Целями преддипломной практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения

практики;

- изучение особенностей функционирования отделов на предприятии или организации;
- изучение особенностей организации деятельности на предприятии или организации;
- изучение процессов управления предприятием и организацией, в том числе различными подразделениями и т.д.
- принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях;
- освоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований
- сбор информации для написания выпускной квалификационной работы и т.д.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами производственной преддипломной практики являются:

организационно-управленческая деятельность:

1. участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
2. участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
3. планирование деятельности организации и подразделений;
4. формирование организационной и управленческой структуры организаций;
5. организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

6. разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

7. контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

8. мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

9. участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).

информационно-аналитическая деятельность:

1. сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

2. построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

3. создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

4. разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

5. разработка системы внутреннего документооборота организации;

6. оценка эффективности проектов;

7. подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

8. оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

1. разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;

2. организация и ведение предпринимательской деятельности.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная преддипломная практика является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.П.4) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной преддипломной практики у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- ОК-1 – способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- ОК-2 – способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- ОК-4 – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- ОК-5 – способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ОК-6 – способностью к самоорганизации и самообразованию;
- ОК-7 – способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- ОК-8 – способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;
- ОПК-1 – владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

- ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

- ОПК-3 – способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

- ОПК-4 – способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

- ОПК-5 – владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем;

- ОПК-6 – владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;

- ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- ПК-1 – владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

- ПК-2 – владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;
- ПК-3 – владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- ПК-4 – умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;
- ПК-5 – способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;
- ПК-6 – способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- ПК-7 – владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;
- ПК-8 – владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;

- ПК-9 – способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

- ПК-10 – владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

- ПК-11 – владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

- ПК-12 – умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

- ПК-13 – умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

- ПК-14 – умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета;

- ПК-15 – умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

- ПК-16 – владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов;
- ПК-17 – способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;
- ПК-18 – владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);
- ПК-19 – владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;
- ПК-20 – владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

Производственная преддипломная практика проходит в 8-м семестре, является четвертой из 4-х производственных практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинг. Содержание производственной преддипломной практики предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной преддипломной практики являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Теория менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы управления персоналом», «Основы управления маркетингом», «Управление маркетинговыми коммуникациями», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Торговый маркетинг», «Маркетинговые исследования «Культура торгового обслуживания», «Организация и технология продаж», «Социально-экономическая статистика», «Основы стратегического маркетинга», «Управление ассортиментной политикой» и др.

В результате прохождения производственной преддипломной практики у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего написания выпускной квалификационной работы.

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – преддипломная.

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывно.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 8-ом семестре на 4 курсе.

Местом проведения производственной преддипломной практики являются: организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также кафедра маркетинга, коммерции и логистики Школы экономики и менеджмента ДВФУ.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-1: владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории управления персоналом

<p>оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;</p> <p>ПК-2: владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;</p>		
	умеет (продвинутый)	разрабатывать критерии мотивации персонала
	владеет (высокий)	методами формирования систем мотивации персонала
<p>ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-4: умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;</p> <p>ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;</p>	знает (пороговый уровень)	методы стратегического анализа
	умеет (продвинутый)	проводить стратегический анализ
	владеет (высокий)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
<p>ПК-5: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;</p> <p>ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;</p> <p>ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;</p>	знает (пороговый уровень)	функциональные стратегии организации, направления операционной деятельности организации, основы управления проектами в организации;
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в области маркетинговой деятельности;
	владеет (высокий)	навыками принятия решений в области операционной деятельности организации
<p>ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке внешней среды функционирования организации;

<p>экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p> <p>ПК-10: владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;</p> <p>ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;</p>		
	умеет (продвинутый)	выбирать оптимальные методы оценки внешней среды организации; выбирать оптимальные методы оценки рыночных и других специфических рисков для принятия управленческих решений;
	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка; критериями оценки и выбора поставщиков; методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации; методами оценки рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений;
<p>ПК-11: владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;</p> <p>ПК-13: умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;</p> <p>ПК-14: умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета;</p> <p>ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов;</p>	знает (пороговый уровень)	Подходы к оценке внутренней среды организации; систему внутреннего документооборота организации::;
	умеет (продвинутый)	моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;
	владеет (высокий)	оценкой инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов;
<p>ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;</p> <p>ПК-18: владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);</p> <p>ПК-19: владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;</p> <p>ПК-20: владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности;
	умеет (продвинутый)	разрабатывать бизнес-план, в том числе маркетинговый план организации
	владеет (высокий)	навыками подготовки организационных и распорядительных документов

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость учебной практики составляет 12 недель / 18 зачетных единиц, 348 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	-	Регистрация в журнале, собеседование
		Ознакомление с программой, сроками и условиями прохождения практики	4,0	-	Групповые консультации
2	Этап 2 – Производственный этап	Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений	64,0	64,0	Устный опрос
		Оценка конкурентоспособности предприятия	40,0	40,0	
		Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия	60,0	60,0	
		Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия	80,0	80,0	
		Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия	88,0	88,0	
		Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия	96,0	96,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	20,0	20,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	30,0	30,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	30,0	30,0	

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	48,0	48,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
Итого			648,0	636,0	–

Структура производственной практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	-	Регистрация в журнале, собеседование
		Ознакомление с программой, сроками и условиями прохождения практики	4,0	–	Групповые консультации
2	Этап 2 – Производственный этап	Разработка подхода к исследованию (программы исследования)	80,0	80,0	Устный опрос
		Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	180,0	180,0	
		Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	248,0	248,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	20,0	20,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	30,0	30,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	30,0	30,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	48,0	48,0	Защита отчета

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
Итого			648,0	636,0	–

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной преддипломной практике на базе предприятия

Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) на базе предприятия

Этап 1 – Подготовительный этап

Контрольные вопросы:

1. Перечислите права студента во время прохождения практики
2. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
3. В каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.
4. Как заполняется дневник о практике.
5. Требования к распорядку проведения практики.
6. Требования охраны труда во время работы на практике (перечислить).
7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).
8. Требования охраны труда после начала работы на практике (перечислить).
9. Требования охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).

10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

Этап 2 – Производственный этап

Контрольные вопросы:

1. Организационно-правовая форма предприятия, на котором студент проходит практику.
2. Год создания предприятия.
3. Местоположение предприятия, его юридического адрес.
4. Виды деятельности, которые осуществляет предприятие в настоящий момент времени.
5. Вид организационной структуры предприятия, на котором проходит практику студент.
6. Перечислить службы, которые входят в состав предприятия.
7. Перечислить нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.).
8. Дать оценку основных показателей деятельности предприятия в динамике развития.
9. Перечислить состав материально-технической базы предприятия: размер торговых площадей, складских помещений, складов и т.д.
10. Численность персонала, состав работников предприятия, на котором проходит практику студент.
11. Источники закупки товаров (сырьевых материалов) предприятия, их классификация.
12. Перечислить методы выбора поставщиков товаров, используемые на предприятии.
13. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

14. Перечислить методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

15. Дать характеристику ассортименту и объемам закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

16. Дать характеристику договорам, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие.

17. Перечислить порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

18. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия.

19. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии. Выявить наличие на предприятии неходовых товаров.

20. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей.

21. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.

22. Описать порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.

23. Описать порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров.

24. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет,

выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если на предприятии нет маркетолога (отдела маркетинга) существует ли необходимость их внедрения и почему).

25. Описать ассортиментную политику предприятия.

26. Описать ценовую политику предприятия

27. Описать политику распределения предприятия

28. Описать коммуникационную политику предприятия

29. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.

30. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

31. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку.

32. Оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы и т.д.

Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации

Контрольные вопросы:

1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
2. Перечислите методы анализ вторичной информации
3. Перечислите методы анализа первичной информации
4. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
5. Дайте характеристику регрессионному анализу.
6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных
7. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике

Контрольные вопросы:

1. Указать объем отчета по производственной преддипломной практике.
2. Перечислите основные требования к оформлению отчета.
3. Опишите основные правила оформления таблиц, рисунков.
4. Опишите основные требования к оформлению списка использованных источников.

Этап 5 – Защита отчета по практике

Контрольные вопросы:

1. Когда должен быть сдан отчет по практике на кафедру маркетинга, коммерции и логистики?
2. Структура отчета по практике.

Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой деятельности) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

1 Этап 1 – Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики

Контрольные вопросы:

1. Перечислите права студента во время прохождения практики
2. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
3. В каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.
4. Как заполняется дневник о практике.
5. Требования к распорядку проведения практики.
6. Требования охраны труда во время работы на практике (перечислить).

7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).
8. Требования охраны труда после начала работы на практике (перечислить).
9. Требования охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).
10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

Этап 2 – Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме и тематике ВКР

Контрольные вопросы:

1. Понятие исследовательского проекта и его роль для проведения исследований.
2. Понятие и особенности разведочных (поисковых) исследований и методы, применяемые при их проведении.
3. Понятие и особенности поисковых (дескриптивных) исследований и методы, применяемые при их проведении.
4. Понятие и особенности каузальных (причинно-следственных) исследований и методы, применяемые для их проведения.
5. Охарактеризуйте этические проблемы, которые могут возникнуть при проведении различных видов исследований.
6. Какие виды исследовательских проектов Вы используете в своем исследовании?
7. Понятие, характеристика категорий и типов выборок.
8. Этапы проектирования выборок.
9. Какую выборку Вы планируете при проведении исследования?
10. Этика заказчика маркетинговых исследований
11. Этика исполнителя маркетинговых исследований
12. Этика и права респондента при участии в маркетинговых исследованиях

13. Назовите этапы процесса маркетингового исследования и дайте краткую характеристику каждого этапа.

14. Что такое постановка проблемы в маркетинговых исследованиях?

15. Поясните порядок преобразования управленческой проблемы в проблему маркетинговых исследований.

16. Что такое гипотезы исследования и для каких целей они разрабатываются?

17. Какие Вы используете подходы к формированию гипотезы в рамках подхода к исследованию (программы исследования)?

18. Какие этапы программы исследования (подхода к исследованию) Вы знаете?

19. Какие методы исследований Вы планируете использовать при проведении исследования согласно разработанному Вами подходу (программе) исследования?

20. Какой инструментарий исследования Вы разрабатываете в рамках подхода (программы) исследования?

21. Проводите ли Вы тестирование инструментария исследования и если да, то опишите, кто принимает участие в тестировании и каким образом?

22. Какой подход к расчету объема выборки Вы использовали и почему? Чему равен объем выборки в рамках вашего подхода к исследованию?

Этап 3 – Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования (кабинетные исследования)

Контрольные вопросы:

1. Перечислите методы сбора информации в рамках кабинетных исследований?

2. Какие методы сбора вторичной информации Вы используете в процессе проведения исследования?

3. С какими проблемами Вы столкнулись в процессе сбора вторичной информации?

Этап 4 – Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования (полевые исследования)

Контрольные вопросы:

1. Какие методы сбора первичной информации Вы используете в процессе проведения исследования?

2. Какой инструментарий исследования Вы используете в процессе проведения исследования?

3. Где Вы проводите опросы?

4. Кого и почему Вы опрашиваете в рамках исследования?

5. Какое количество респондентов Вы планируете опросить?

6. Перечислите структуру анкеты.

7. От каких факторов зависит качество собранной информации в рамках проводимых Вами опросов?

8. От каких факторов зависит качество собранной информации в рамках проводимых Вами наблюдений?

9. Что такое пилотное тестирование и с какой целью проводится?

10. Какие этические нормы Вы соблюдали при проведении сбора первичной информации?

11. Какие типы вопросов содержатся в разработанной вами анкете?

12. Какие шкалы содержатся в разработанной вами анкете?

13. Какие требования Вы соблюдали при формировании и оформлении анкеты?

14. Какие требования Вы соблюдали при формировании листа наблюдения?

15. Что такое маршрутный лист при проведении интервью и для чего он разрабатывается?

16. С какими проблемами Вы столкнулись в процессе сбора первичной информации?

Этап 5 – Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации

Контрольные вопросы:

1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
2. Перечислите методы анализ вторичной информации
3. Перечислите методы анализа первичной информации
4. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
5. Дайте характеристику регрессионному анализу.
6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных
7. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

Этап 6 – Написание и оформление отчета по практике

5. Указать объем отчета по производственной преддипломной практике.
6. Перечислите основные требования к оформлению отчета.
7. Опишите основные правила оформления таблиц, рисунков.
8. Опишите основные требования к оформлению списка использованных источников.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Содержание практики зависит от места ее проведения. Преддипломная практика может быть организована на сторонних производственных и торговых предприятиях, в компаниях, предоставляющих логистические услуги и других организациях, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ.

Содержание программы практики на базе предприятия

В таблице представлен график прохождения производственной практики на базе предприятия.

Таблица – График прохождения преддипломной практики на базе предприятия

Содержание программы	Количество дней
1 Собрание по практике на кафедре маркетинга, коммерции и логистики для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2 Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений: – изучение организационно-правовой формы предприятия; – характеристика деятельности подразделений предприятия; – изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия; – оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития.	7, в т.ч.: 1 1 2 3
3. Оценка конкурентоспособности предприятия	4
4 Изучение маркетинговой деятельности предприятия: Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия. Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия.	25, в т.ч.: 7 9 9
5. Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия (в случае необходимости)	11*
6. Выполнение задания в соответствии с темой ВКР	9
7. Анализ и обработка собранной информации	9
8 Написание и оформление отчета	5
9. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	72

*Если индивидуальное задание не выдается руководителем практики от предприятия, то время перераспределяется между другими видами работ

Основные направления исследований в рамках практики

1. Собрание по практике на кафедре: определение целей, задач практики, определение сроков и календарного плана практики, знакомство с

программой практики. На данном этапе руководитель практики от кафедры знакомит студентов с их правами и обязанностями и сроками предоставления отчетных документов по практике.

2. Изучение деятельности предприятия и его основных подразделений:

- наименование, форма собственности, юридический и фактический адрес, год образования, краткая история развития предприятия;
- виды деятельности предприятия;
- организационная структура управления предприятием (вид, наименование подразделений предприятия и их краткая характеристика);
- нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);
- оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам);

3. Оценка конкурентоспособности предприятия:

- список и краткая характеристика основных конкурентов;
- сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно;
- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;
- SWOT-анализ деятельности предприятия;
- расчет и анализ показателей конкурентоспособности предприятия;
- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

4. Анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии:

- характеристика службы маркетинга на предприятии (состав, структура);
- функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга;
- положение о службе маркетинга;
- в случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет);

5. Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия:

- информационные потоки на предприятии;
- направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии (с описанием направлений маркетинговых исследований, заказываемых у сторонних специализированных маркетинговых компаний и маркетинговых исследований, выполняемых собственными силами);
- методы обработки маркетинговой информации на предприятии;
- основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
- характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики, политика продвижения);
- характеристика проектов, разрабатываемых и реализуемых на предприятии в области маркетинга (виды, наименование, состав участников, заинтересованные лица, сроки и т.д.).

5. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия:

- показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности, используемые на предприятии;
- анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятия;

– рекомендации по совершенствованию подходов к оценке эффективности маркетинговой деятельности на предприятии).

6. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия. Выявление проблем в области маркетинговой деятельности предприятия и разработка рекомендаций по принятию решений с целью решения выявленных проблем.

7. **Анализ логистической деятельности предприятия:**

– имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их структура и функции);

– есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции;

– если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему);

– характеристика проектов, разрабатываемых и реализуемых на предприятии в области логистической деятельности (виды, наименование, состав участников, заинтересованные лица, сроки и т.д.).

8. Разработка рекомендаций по совершенствованию логистической деятельности предприятия. Выявление проблем в области логистической деятельности предприятия и разработка рекомендаций по принятию решений с целью решения выявленных проблем.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать результаты исследования в рамках темы ВКР.

**Направления исследований в рамках практики, в зависимости от
типа предприятия**

**Общие вопросы, которые подлежат изучению и освещению в отчете,
независимо от вида и характера деятельности предприятия**

1. Организационная и правовая характеристика предприятия: описание статуса предприятия, его правовой основы, истории создания, указания года создания, состава учредителей, местоположения предприятия, его юридического адреса.

2. Характеристика основных видов деятельности предприятия: указать виды деятельности по Уставу, а также основные виды деятельности предприятия на настоящий момент времени.

3. Организационная структура управления предприятия: определить ее вид, оценить ее соответствие выполняемым функциям и задачам, стоящим перед предприятием, начертить схему управления (рисунок 1), структурное построение служб, изучить их задачи и функции, провести анализ системы взаимоотношений между ними, описать функциональные обязанности основных служб, отделов или работников.

4. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);

5. Оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам). Построить таблицу основных экономических показателей (таблица 1). После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

6. Характеристика материально - технической базы предприятия и ее оценка: описать техническое состояние помещений предприятия как основных, так и вспомогательных: их размер в м² или м³, оснащенность оборудованием, состояние.

7. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы: показать динамику численности персонала, рассказать о кадровой политике предприятия, проанализировать состав работников предприятия по половозрастному признаку, по образованию и уровню профессиональной подготовки.

8. Оценка конкурентоспособности предприятия: список и краткая характеристика основных конкурентов; сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно; анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов; SWOT-анализ деятельности предприятия; расчет и анализ показателей конкурентоспособности предприятия; предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

9. Анализ маркетинговой деятельности предприятия: характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).

2. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в оптовых и мелкооптовых или производственных предприятиях

1. Характеристика деятельности предприятия и ее оценка: к какому типу посредников относится данное предприятие, какие функции выполняет: обеспечивает заключение договоров между продавцом и покупателем, самостоятельно закупает товары у производителей и продает потребителям, обеспечивает доставку и хранение, предлагает различные услуги, связанные с доведением товара от производителя до потребителя), осуществляет производственную деятельность.

2. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация по организационному признаку, географическому расположению, специализации и т.д. Составить таблицу источников закупки товаров (количества поставщиков) в динамике за три года (таблицы 2 и 3).

3. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.

4. Методы изучения спроса, используемые на предприятии. Порядок использования данных о спросе в закупочной деятельности предприятия.

5. Способы подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.

6. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

7. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии. Для этого необходимо составить таблицу динамики объемов закупаемых товаров в ассортиментном разрезе за три последних года и проанализировать ее.

8. Характеристика договорной работы предприятия с поставщиками, порядок и особенности заключения договоров (сделок); описать содержание договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие; изучить порядок и причины составления протокола разногласий к договору; изучить содержание спецификации на поставку товаров. К отчету приложить копии всех вышеперечисленных и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров.

9. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии. Составить таблицу количества заключенных договоров с поставщиками товаров в зависимости от вида хозяйственных связей и их длительности и проанализировать ее.

10. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары. Проанализировать особенности оплаты товаров с различными поставщиками в современных условиях.

11. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия, ознакомиться с содержанием договоров, заключенных с транспортными компаниями. Изучить порядок доставки товаров покупателям собственным транспортом (если имеется) или привлеченным. К отчету приложить копии всех документов, оформляемых на предприятии при доставке товаров собственным и привлеченным транспортом.

12. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

13. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация по географическому признаку или по признаку специализации; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству покупателей товаров данного предприятия и проанализировать ее (таблица 6).

14. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров (порядок заключения договоров, порядок расчета, порядок отгрузки и доставки товаров в их адрес). Составить таблицу по количеству заключенных договоров с ними и проанализировать ее.

15. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии: изучить их динамику по годам, выявить неходовые и залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами, используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее (таблица 8). Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

16. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

17. Характеристика методов стимулирования продажи (сбыта) товаров, используемых на данном предприятии.

18. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

20. Предложения по устранению имеющихся проблем на предприятии и их экономическое обоснование. Провести соответствующие логистические расчеты, подтверждающие экономическую целесообразность вносимых предложений.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.

3. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в розничных торговых предприятиях

1. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей. Режим работы предприятия, эффективность выбора режима работы.

2. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.

3. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.

4. Источники закупки товаров предприятия, их классификация по организационному признаку, географическому расположению, специализации и т.д. Составить таблицу источников закупки товаров (количества поставщиков) в динамике за три года.

5. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.

6. Методы изучения спроса, используемые на предприятии. Порядок использования данных о спросе в закупочной деятельности предприятия.

7. Способы подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.

8. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

9. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии. Для этого необходимо составить таблицу динамики объемов закупаемых товаров в ассортиментном разрезе за три последних года и проанализировать ее.

10. Характеристика договорной работы предприятия, порядок и особенности заключения договоров (сделок); описать содержание договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие; изучить порядок и причины составления протокола разногласий к договору; изучить содержание спецификации на поставку товаров. К отчету приложить копии всех вышеперечисленных и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров.

11. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.

Составить таблицу количества заключенных договоров с поставщиками товаров в зависимости от вида хозяйственных связей и их длительности и проанализировать ее.

12. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары. Проанализировать особенности оплаты товаров с различными поставщиками в современных условиях.

13. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия, ознакомиться с содержанием договоров, заключенных с транспортными компаниями. Изучить порядок доставки товаров собственным транспортом (если имеется) и привлеченным. К отчету приложить копии всех документов, оформляемых на предприятии при доставке товаров собственным и привлеченным транспортом.

14. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

15. Порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.

16. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

17. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии: изучить их динамику по годам, выявить неходовые и

залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами, используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

18. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

20. Предложения по устранению имеющихся проблем на предприятии и их экономическое обоснование. Провести соответствующие логистические расчеты, подтверждающие экономическую целесообразность вносимых предложений.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.

4. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими производственную практику на транспортных предприятиях

1. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка: к какому типу логистических провайдеров относится данное предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет, их структура. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

2. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.

3. Состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов). Дать их техническую характеристику по

типам, маркам, моделям. Составить таблицу по количеству единиц и их удельному весу в динамике за три года .

4. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов. Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

5. География перевозок грузов. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

6. Количество перевезенных контейнеров или вагонов. Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

7. Номенклатура перевозимых грузов. Для этого необходимо составить таблицу по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах руб. и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

8. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении. Для этого необходимо составить таблицы в экспортно-импортном сообщениях по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах р., или количестве перевезенных контейнеров и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

9. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов. Составить таблицу количества принятых заявок от клиентов в динамике за три года и проанализировать ее.

10. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация. Классификацию можно дать по географическому признаку, признаку специализации или иному признаку; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству клиентов данного предприятия и проанализировать ее .

11. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции. Описать виды и содержание заключаемых договоров, указать

их специфические условия для тех групп товаров, перевозку которых осуществляет исследуемое предприятие. К отчету приложить копии договоров и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров с клиентами.

12. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющихся на предприятии. Составить таблицы количества заключенных договоров с клиентами в зависимости от их видов и длительности хозяйственных связей в динамике за три года и проанализировать их.

13. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов. Проанализировать случаи нарушения условий договоров по срокам, своевременности и сохранности (бой, лом, порча). Составить таблицы проанализировать их.

14. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.

15. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.

16. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

17. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

18. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия. Выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия.

Имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников компании логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста), то существует ли необходимость их внедрения и почему?).

20. Предложения по устранению имеющихся проблем на предприятии и их экономическое обоснование. Провести соответствующие логистические расчеты, подтверждающие экономическую целесообразность вносимых предложений.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой темы ВКР.

Обязательным условием прохождения производственной преддипломной практики является выявление проблем в области маркетинговой деятельности предприятия в соответствии с темой ВКР и разработка рекомендаций по принятию решений с целью решения выявленных проблем.

Примерный перечень тем выпускной квалификационной работы на базе предприятия:

1. Анализ рыночной среды предприятия
2. Особенности оценки конкурентоспособности торгового предприятия
3. Разработка стратегии продвижения предприятия в Digital-среде
4. Оценка ассортиментной политики предприятия
5. Разработка комплекса продвижения компании
6. Разработка программы продвижения БАДов предприятия
7. Разработка программы продвижения предприятия в социальных медиа

8. Особенности продвижения бренда маркетингового агентства «Концепт Лаб» в социальной сети Инстаграм
9. Разработка стратегии продвижения розничного торгового предприятия в сети Интернет
10. Разработка программы продвижения агентства медицинского туризма
11. Совершенствование ассортиментной политики розничного торгового предприятия
12. Анализ маркетинговой среды функционирования торгового предприятия
13. Совершенствование ценовой политики предприятия
14. Совершенствование сбытовой политики предприятия
15. Оценка конкурентоспособности предприятия
16. и т.д.

Содержание программы практики на базе кафедры

Производственная практика для студентов, которые проходят практику на базе кафедры предполагает проведение научно-исследовательской работы.

Научно-исследовательская работа в рамках преддипломной практики проводится по тематике ВКР. Исследовательские темы выбираются студентом до начала преддипломной практики по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы.

Научно-исследовательская работа может быть проведена по следующим направлениям (примерный перечень тем):

1. Совершенствование digital-маркетинга для предприятий разной специализации
2. Влияние информационных технологий на поведение потребителей при выборе предприятия общественного питания
3. Исследование влияния потребительских ценностей на выбор мясных полуфабрикатов

4. Влияние технологий продвижения продуктов и предприятий общественного питания на лояльность потребителей
5. Исследование рынка рекламных услуг
6. Исследование рынка обучающего программного обеспечения
7. Анализ потребительских предпочтений на рынке юридических услуг г. Хабаровска
8. Взаимосвязь потребительских предпочтений, потребительских ценностей и модели продукта общественного питания
9. Исследование рынка транспортно-логистических услуг стран АТР.
10. Оценка состояния рынка транспортно-логистических услуг Китая (или Кореи, Японии и т.д.).
11. Исследование состояния и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг региона.
12. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры региона.
13. Тенденции и перспективы развития транспортно-логистической сферы региона.
14. Исследование рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).
15. Анализ спроса на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).
16. Анализ предложения на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).
17. Оценка конъюнктуры рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).
18. Оценка конкурентной среды товарного рынка/рынка услуг.
19. Анализ и оценка поставщиков молочной продукции
20. г. Владивостока
21. Исследование рынка строительных материалов Китая
22. Исследование рынка услуг медицинского туризма КНР
23. Оценка качества обслуживания в магазинах бытовой техники

24. г. Владивостока
25. Исследование рынка жилой недвижимости г. Владивостока
26. Исследование рынка рекламных услуг г. Владивостока
27. Организация мерчандайзинга в магазинах бытовой техники
28. г. Владивостока
29. Исследование рынка интернет-рекламы КНР
30. Влияние социальных медиа на поведение потребителей Китая
31. Исследование потребительских предпочтений на рынке товаров КНР
32. Влияние инструментов мобильного маркетинга на поведение потребителей Китая
33. Исследование рынка розничных продаж молока и молочной продукции Приморского края
34. Исследование рынка легковых автомобилей Приморского края
35. и т.д.

Данный список направлений исследования является базовым и может быть изменен в соответствии с современным состоянием маркетинга, новыми тенденциями развития маркетинга, целей и направлений развития кафедры маркетинга, коммерции и логистики. Так же студент, по согласованию с преподавателем, может предложить собственное направление исследования.

График прохождения преддипломной практики (4 курс, 8 семестр) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики в таблице.

Таблица – График прохождения преддипломной практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Содержание программы	Количество дней
1. Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2. Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме	8

3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	28
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	20
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	9
6. Написание и оформление отчета по практике	5
7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	72

Исследование, проводимое в рамках практики, должно быть проведено по предварительно разработанной программе исследования или в соответствии с разработанным подходом к исследованию. Программа исследования должна включать в себя сбор не только вторичной информации, но и сбор первичной информации. Перед реализацией программы исследования студент должен согласовать и утвердить программу исследования и инструментарий исследования с непосредственным руководителем практики от кафедры.

После прохождения практики студент должен совместно с дневником и отчетом по практике сдать руководителю инструментарий сбора информации (листы наблюдения, анкеты, заполненные в ходе интервью и т.д.). Количество сдаваемых форм должно соответствовать рассчитанному объему выборки в рамках программы исследования. Качество рабочего инструментария оценивает руководитель практики от кафедры.

Форма контроля по итогам производственной преддипломной практики – зачет с оценкой.

Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций представленных в таблице.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК-1: владением навыками использования основных теорий	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории	Отсутствие знаний	Пороговые	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3

<p>мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;</p> <p>ПК-2: владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;</p>		управления персоналом;	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Высокий	4	
			Сформированные и систематические знания		5	
	умеет (продвинутый)		разрабатывать критерии мотивации персонала;	Отсутствие умений	Пороговый	1
				Частично освоенное умение		2
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
				В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
				Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)		методами формирования систем мотивации персонала;	Не владеет	Пороговый	1
				Фрагментарное владение		2
				В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				4		
Успешное и систематическое владение				Высокий	5	
<p>ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p>ПК-4: умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации;</p> <p>ПК-7: владением навыками поэтапного</p>	знает (пороговый уровень)	методы стратегического анализа;	Отсутствие знаний	Пороговый	1	
			Фрагментарные знания		2	
			Неполные знания	Базовый	3	
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4	
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5	
	умеет (продвинутый)		проводить стратегический анализ;	Отсутствие умений	Пороговый	1
				Частично освоенное умение		2
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
				В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
				Успешное и систематическое умение	Высокий	5
владеет (высокий)	владением навыками	Не владеет	Пороговый	1		

контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;		стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;	Фрагментарное владение	Базовый	2
			В целом успешное, но не систематическое владение		3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение		Высокий
ПК-5: способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;	знает (пороговый уровень)	функциональные стратегии организации, направления операционной деятельности организации, основы управления проектами в организации;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в области маркетинговой деятельности;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
владеет (высокий)	навыками принятия решений в операционной деятельности организации;	Не владеет	Пороговый	1	
		Фрагментарное владение		2	
		В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3	
		В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4	
		Успешное и систематическое владение		Высокий	5

ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке внешней среды функционирования организации;	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
ПК-10: владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;	умеет (продвинутый)	выбирать оптимальные методы оценки внешней среды организации; выбирать оптимальные методы оценки рыночных и других специфических рисков для принятия управленческих решений;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка; критериями оценки и выбора поставщиков; методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации; методами оценки рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений;	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;	знает	подходы к	Отсутствие знаний	Пороговый	1

<p>навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;</p> <p>ПК-13: умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;</p> <p>ПК-14: умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета;</p> <p>ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов;</p>	(пороговый уровень)	оценке внутренней среды организации; систему внутреннего документооборота организации;	Фрагментарные знания	Базовый	2	
			Неполные знания		3	
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Высокий	4	
			Сформированные и систематические знания		5	
	умеет (продвинутый)		моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации и бизнес-процессов в практической деятельности организаций;	Отсутствие умений	Пороговый	1
				Частично освоенное умение		2
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
				В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
				Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)		оценкой инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов;	Не владеет	Пороговый	1
Фрагментарное владение				2		
В целом успешное, но не систематическое владение				Базовый	3	
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение					4	
Успешное и систематическое владение				Высокий	5	
<p>ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;</p> <p>ПК-18: владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);</p> <p>ПК-19: владением навыками координации</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности;	Отсутствие знаний	Пороговый	1	
			Фрагментарные знания		2	
			Неполные знания	Базовый	3	
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4	
	умеет (продвинутый)		разрабатывать бизнес-план, в том числе маркетинговый план	Сформированные и систематические знания	Высокий	5
				Отсутствие умений		Пороговый
				Частично освоенное умение	2	
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3

предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками; ПК-20: владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.		организации;	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4	
			Успешное и систематическое умение		Высокий	5
	владеет (высокий)		навыками подготовки организационных и распорядительных документов.	Не владеет	Пороговый	1
				Фрагментарное владение		2
				В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
				В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
				Успешное и систематическое владение		Высокий

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы для собеседования на зачёт с оценкой

Практика на базе предприятия

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
3. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
4. Организационная структура управления предприятием.
5. Анализ кадрового состава предприятия.
6. Перечень поставщиков товаров и услуг.
7. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
8. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
9. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
10. Анализ показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).

11. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия.
12. Организационная структура службы маркетинга на предприятии.
13. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга. В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.
14. Положение о службе маркетинга.
15. Основные конкуренты предприятия или организации.
16. Конкурентоспособность предприятия или организации: понятие, методы оценки.
17. SWOT-анализ предприятия или организации.
18. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.
19. Перечень поставщиков товаров и услуг.
20. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.
21. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
22. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
23. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).
24. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Практика на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований

7. Методы количественных исследований
8. Этапы формирования выборки
9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. Методики определения рыночной доли
15. Методики определения емкости рынка
16. Какие Вы знаете подходы к оценке конкурентной среды рынка?
17. Какие показатели необходимо оценивать в процессе оценки конкурентной среды рынка?
18. Что такое лояльность потребителей к товару (бренду, предприятию)?
19. Виды лояльности потребителей.
20. Программы лояльности потребителей.
21. Подходы к оценке лояльности потребителей.
22. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике
23. Методы качественных исследований, использованные на практике
24. Методы количественных исследований, использованные на практике
25. Инструментарий исследования, разработанный на практике
26. Кабинетные исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
27. Полевые исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
28. Качественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты

29. Количественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
30. Почему были выбраны именно эти методы исследования?
31. Какой подход был использован к формированию выборки и почему?
32. Каким образом была рассчитана выборка в процессе исследования?
33. Перечислите основных операторов исследуемого товарного рынка?
34. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка
35. Рекомендации операторам рынка, разработанные по результатам проведенного в процессе практики исследования.
36. и т.д.

Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по производственной преддипломной практике

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» – продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» – пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения производственной преддипломной практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета).

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
	задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Форма проведения аттестации по итогам практики: устная индивидуальная защита отчета.

Методические указания по составлению отчета по производственной преддипломной практике

Для оформления результатов производственной преддипломной практики рекомендуется следующий порядок размещения материала для сдачи на кафедру:

1. **Отзыв руководителя от организации** с места практики, выполненный на фирменном бланке с подписью руководителя и печатью принимающей организации.

2. **Дневник студента** по производственной преддипломной практике. Дневник составляется студентом в соответствии с указаниями программы,

индивидуальным заданием и дополнительными указаниями руководителей практики от вуза и от организации. Дневник о прохождении практики является основным документом, по которому студент отчитывается за выполнение программы и индивидуального задания по практике. В нем по дням указываются виды работ, выполнявшиеся студентом на предприятии (учреждении, организации) в период прохождения преддипломной практики. Титульный лист и форма дневника представлены в приложениях 1 и 2.

3. **Отчет студента** по производственной преддипломной практике. В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального задания, выданного студенту перед началом практики, а также всех пунктов программы практики, а также получение указанных выше компетенций.

Отчет о прохождении преддипломной практики должен содержать собранные практические материалы в соответствии с темой ВКР и индивидуальным планом прохождения практики для дальнейшего использования при написании аналитической части ВКР.

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра по направлению подготовки «Менеджмент» профиль Маркетинг должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение нахождение практики (с подписью руководителя от предприятия и печатью предприятия).
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенный печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.

6. Оглавление (в соответствии с вопросами практики согласно программе практики).

7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.

8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).

9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).

10. Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (отчет о втором этапе практики).

11. Результаты научно-исследовательской работы (если она предусматривается индивидуальным заданием).

12. Заключение, в котором должны быть подведены итоги практики с выводами и рекомендациями предприятию. Составным элементом может быть рекомендуемая Анкета студента по итогам прохождения практики.

13. Приложения (копии различных документов, используемых на предприятии: бухгалтерский баланс, договоры, фактуры, накладные, коносаменты, бланки заказов, отчеты и т.д.).

Объем отчета о производственной преддипломной практике должен составлять 25 - 30 страниц машинописного текста (полуторный интервал). В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам. Главы могут содержать подразделы, которые должны быть отражены в содержании отчета. Предложения и выводы должны быть четко сформулированы. В отчете по практике материал распределяется по вопросам программы.

Отчет о производственной преддипломной практике должен быть оформлен в соответствии с Методическими рекомендациями по оформлению курсовых и выпускных квалификационных работ. При оформлении отчета по

практике необходимо учитывать следующие обязательные требования к его оформлению.

1. Набор текста осуществляется на компьютере. Отчет о практике оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 (размер 210 на 297 мм) в соответствии со следующими требованиями:

- интервал междустрочный – полуторный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта - 14 пт (в таблицах допускается 10-12 пт);
- выравнивание текста «по ширине» с автоматической расстановкой переносов.

2. Страницы отчета о практике должны иметь следующие размеры полей:

- левое – 25-30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее и нижнее – 20 мм.

3. Нумерация страниц начинается с титульного листа арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Порядковый номер страницы ставится в правой нижней части страницы, начиная с Введения.

4. Приложения и список использованных источников необходимо включать в сквозную нумерацию.

5. Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

6. Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела. Номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем

(например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки и другой графический материал. В приложениях Е и Ж приведены примеры оформления таблиц и рисунков (в соответствии с требованиями Методических указаний по оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ ШЭМ).

Правильно оформленный отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от организации.

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

- цели и задачи практики;
- характеристику организации, в которой студент проходил практику или для которой разрабатывается проект;
- оценку положения предприятия на рынке;
- характеристику структурного подразделения (подразделений), в котором (в которых) студент работал во время практики – анализ регламентирующих деятельность подразделения документов;
- подробное описание задачи, поставленной перед студентом научным руководителем и руководителем практики со стороны организации;
- необходимые первичные документы, которые будут использованы при написании ВКР;
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

Отчет студента о прохождении производственной преддипломной практики должен содержать рабочий вариант аналитической части ВКР.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>)
2. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров / Ш.Ш.Магомедов. – М.: Дашков и К, 2016. – 176 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515759>
3. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>)
4. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>)
5. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. – 336 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=512747>)
6. Сергеев, В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – XXX, 634 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)
7. Смирнов, К. А., Никитина, Т. Е., Смирнов, К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К. А. Смирнов, Т.Е. Никитина, К.А. Смирнов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 166 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/535381>
8. Соловьев, Б. А., Мешков, А. А., Мусатов, Б. В.Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/536868>

9. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 107 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=433622>)

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>)

2. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>)

3. Маркетинг розничного торгового предприятия: Учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 159 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369011>)

4. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. - 448 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

5. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. - 284 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>)

6. Смирнов, К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 166 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>)

7. ГОСТ 51303–99. Торговля. Термины и определения. – Введ. 1999–08–11. – М.: Госстандарт России, 1999. – 12 с. (<http://base.garant.ru/182045>)

8. ГОСТ Р 51773 – 01. Розничная торговля. Классификация предприятий. – Введ. 2001–07–05. – М.: Госстандарт России, 2001. – 14с. (<http://www.gostbaza.ru/?gost=6841>)

9. Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/); <https://www.referent.ru/1/176630>)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

Интернет

1. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов. – Режим доступа: <http://marketing-now.ru>.

2. Сайт практикующего маркетинг-директора "Записки маркетолога" рассказывает обо всех аспектах маркетинга, рекламы, PR и продаж. – Режим доступа: <http://www.marketch.ru>

3. Торгово-экономический журнал посвящен публикации результатов исследований в области экономики торговли, включая управление цепями поставок, маркетинговые мероприятия и управление отношениями с клиентами. В журнале публикуются статьи по таким направлениям, как организация торговли, экономика и управление торговой организаций, коммерческая логистика, правовое обеспечение торговой деятельности. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru>

4. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу. – Режим доступа: <http://www.merchandising.ru>.

5. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. – Режим доступа: <http://www.retailclub.ru>.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
<p style="text-align: center;">Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест</p>	<p>7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.</p>

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64-bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wtu Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеомувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составитель

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики,

канд. экон. наук, доцент

Т.А. Никулина

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «20» мая 2016 г. № 6

Приложение 1



**Форма титульного листа отчета о прохождении производственной
преддипломной практики**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

О Т Ч Е Т

о прохождении преддипломной практики

Выполнил студент гр. Б1402 мр

_____ А.А. Иванов

Отчет защищен:
с оценкой _____

_____ И.О. Фамилия

« _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики
к.э.н., доцент кафедры
маркетинга, коммерции и логистики

_____ Л.О. Иванов

Регистрационный № _____

« _____ » _____ 20__ г.

Практика пройдена в срок

с « _____ » _____ 20__ г.
по « _____ » _____ 20__ г.

подпись

И.О. Фамилия

В _____

г. Владивосток
20__

Приложение 2



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК

прохождения производственной преддипломной практики

бакалавра 4 курса группы Б1402 мр

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета

направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

профиль Маркетинг

Сорокина Игоря Юрьевича

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

В.А. Петрова

27.05.201_
М.П.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ХАРАКТЕРИСТИКА

бакалавра 4 курса группы Б1402 мр
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль Маркетинг
Сорокина Игоря Юрьевича

Руководитель практики

В.А. Петрова

27.05.201_
М.П.