



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. Гафорова

« 28 » июня 2018 г.

## **СБОРНИК ПРОГРАММ ПРАКТИК**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.06 Торговое дело**

**Программа прикладного бакалавриата**

**Профиль: Международный бизнес**

**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 38.03.06 Торговое дело  
Профиль: Международный бизнес

Сборник программ практик составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования ДВФУ по направлению подготовки 38.03.06 **Торговое дело**, профиль **Международный бизнес** приказом ректора ДВФУ от 04 апреля 2016 г. №12-13-592.

Сборник программ практик включает в себя:

- 1 Учебная практика (по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
- 2 Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; предпринимательской деятельности))
- 4 Производственная практика (технологическая практика (в торгово-технологической деятельности))
- 5 Производственная практика (преддипломная)

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

Руководитель  
образовательной программы



И.М. Романова

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)

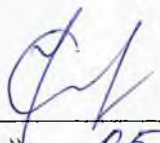
**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

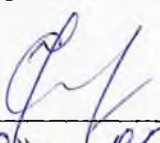
**Согласовано:**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Руководитель образовательной  
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,  
коммерции и логистики

  
И.М. Романова  
« 20 » 05 2016 г.

  
И.М. Романова  
« 20 » 05 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе  
первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

**Направление подготовки** \_\_\_\_\_ 38.03.06 Торговое дело \_\_\_\_\_

**Профиль подготовки** \_\_\_\_\_ Международный бизнес \_\_\_\_\_

**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 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1334;
- 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 38.03.06 Торговое дело, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол от 28.01.2016 № 01-16 и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 04.04.2016 № 12-13-592;
- устава ДВФУ;
- внутренних нормативных актов и документов ДВФУ.

## **2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

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, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Задачами учебной практики по направлению подготовки 38.03.06 Торговое в разрезе видов профессиональной деятельности являются:

#### **торгово-технологическая деятельность:**

- выявление потребностей потребителей;
- разработка комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- проектирование рекламы в торгово-технологической деятельности;
- осуществление маркетинговых мероприятий по товародвижению и продвижению товаров;
- участие в формировании ассортимента товаров;
- разработка торговых марок, брендинг товаров;
- организация системы мерчандайзинга на предприятиях сферы торговли;
- управление рыночными атрибутами товара (торговой маркой, упаковкой, маркировкой, сервисом);

#### **организационно-управленческая деятельность:**

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью;
- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- составление документации в области профессиональной деятельности и проверка правильности ее оформления;
- управление ассортиментом товаров и услуг;
- выбор стратегии ценообразования;
- разработка управленческих решений на операционном уровне на предприятиях сферы торговли;
- разработка стратегий позиционирования товара, услуги, предприятия в сфере торговли;

**проектная деятельность:**

- участие в реализации проектов в области маркетинга;

**логистическая деятельность:**

- участие в выборе логистических цепей и схем в торговых организациях;

**аналитическая деятельность:**

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение 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 проекта;
- **предпринимательская деятельность:**
- поиск и оценка новых рыночных возможностей.

**4. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности 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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности 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 основные 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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проходит в 4-м семестре, является первой из 4-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиль «Международный бизнес». Содержание учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Информатика», «Основы менеджмента», «Экономическая теория», «Экономика предприятия торговли», «Экономическая статистика», «Товароведение», «Основы маркетинга», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и «Мировая экономика».

В результате прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Управление маркетингом», «Основы международного маркетинга», «Конъюнктура мировых товарных рынков».

## **5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

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 ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

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

<b>Планируемые результаты практики Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
<b>ПК-1</b> – способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять кон-	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории маркетинга, коммерции и логистики

Планируемые результаты практики Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>троль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;</p> <p><b>ПК-2</b>– способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;</p> <p><b>ПК-3</b> – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;</p> <p><b>ПК-4</b> – способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	умеет (продвинутый)	характеризовать параметры ассортимента, качества товаров
	владеет (высокий)	методами формирования ассортиментной политики торгового предприятия на основе выявления потребностей потребителей
<p><b>ПК-5</b> – способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;</p> <p><b>ПК-6</b> – способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;</p> <p><b>ПК-7</b> – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;</p> <p><b>ПК-8</b>– готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;</p> <p><b>ПК-9</b> – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	знает (пороговый уровень)	приемы и средства стимулирования и подбора персонала торгового предприятия
	умеет (продвинутый)	выбирать эффективные методы стимулирования персонала, ведения деловых переговоров, закупки товаров
	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации
<p><b>ПК-12</b> – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;</p> <p><b>ПК-13</b> – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);</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

Планируемые результаты практики Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<b>ПК-14</b> – способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	владеет (высокий)	оценкой эффективности проектной деятельности
<p><b>ПК-15</b> – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;</p> <p><b>ПК-16</b> – способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли;</p> <p><b>ПК-17</b> – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</p> <p><b>ПК-18</b> – способность проводить анализ конкурентной среды рынка;</p> <p><b>ПК-19</b> – способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к анализу и оценке внешней среды
	умеет (продвинутый)	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка, логистические цепи и схемы поставок;
	владеет (высокий)	навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики
<p><b>ПК-20</b> – способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;</p> <p><b>ПК-21</b> – способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</p> <p><b>ПК-22</b> – способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли;</p> <p><b>ПК-23</b> – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;</p> <p><b>ПК-24</b> – способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами</p>	знает (пороговый уровень)	методы сбора и анализа качественной и количественной информации
	умеет (продвинутый)	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, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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	Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	4,0	2,0	Регистрация в журнале, 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,	4,0	4,0	

№ 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.	
		диаграмм			
7	Генерирование идей и принятие управленческих решений по результатам кабинетных и полевых исследований	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 исследования	4,0	2,0	
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	
<b>Итого</b>			<b>108,0</b>	<b>82,0</b>	–

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **– 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 шторма» 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												



Возрастная группа	Количество опрошенных												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
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 подойдёт 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 ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

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 (продвинутый 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 разрезе разных форматов и проч.

Каждая группа студентов выбирает предложенное направление исследований 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, аналитики)*

- 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 по-

требления 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 собранной 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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской 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
--------------------------------	--------------------------------	----------	------------



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p>ПК-1– способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;</p> <p>ПК-2– способность осуществлять управление технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p> <p>ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;</p> <p>ПК-4 – способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории маркетинга и коммерции	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	Сформированные и систематические знания	Высокий		
	умеет (продвинутый)	характеризовать параметры ассортимента, качества товаров	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)	методами формирования ассортимента политики торгового предприятия на основе выявления потребностей потребителей	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-5 – способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;</p> <p>ПК-6 – способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;</p> <p>ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;</p> <p>ПК-8– готовность обеспечивать необходимый уровень качества</p>	знает (пороговый уровень)	приемы и средства стимулирования и подбора персонала торгового предприятия	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	Сформированные и систематические знания	Высокий		
	умеет (продвинутый)	выбирать эффективные методы стимулирования пер-	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематиче-	Базовый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
торгового обслуживания; ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации		сонала, ведения деловых переговоров, закупки товаров	ское умение В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение Успешное и систематическое умение	Высокий
	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации	Не владеет Фрагментарное владение	Пороговый
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Высокий
	ПК-12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий; ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ПК-14 – способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований	Отсутствие знаний Фрагментарные знания
Неполные знания Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания				Базовый
Сформированные и систематические знания				Высокий
умеет (продвинутый)				разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них
		В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	
		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		
		Успешное и систематическое умение	Высокий	
владеет (высокий)		оценкой эффективности проектной деятельности	Не владеет Фрагментарное владение	Пороговый
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		
			Успешное и систематическое владение	Высокий	
<p>ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;</p> <p>ПК-16 – способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли;</p> <p>ПК-17 – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</p> <p>ПК-18 – способность проводить анализ конкурентной среды рынка;</p> <p>ПК-19 – способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях</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		
	умеет (продвинутый)	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка		Сформированные и систематические знания	Высокий
				Отсутствие умений	Пороговый
				Частично освоенное умение	
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
	владеет (высокий)	навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
				Успешное и систематическое умение	Высокий
				Не владеет	Пороговый
				Фрагментарное владение	
В целом успешное, но не систематическое владение				Базовый	
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение					
<p>ПК-20 – способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;</p> <p>ПК-21 – способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собствен-</p>	знает (пороговый уровень)	методы сбора и анализа качественной и количественной информации	Успешное и систематическое владение	Высокий	
			Отсутствие знаний	Пороговый	
			Фрагментарные знания		
			Неполные знания	Базовый	
Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания					
умеет (про-		оценивать	Сформированные и систематические знания	Высокий	
			Отсутствие умений	Порого-	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; ПК-22 – способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли; ПК-23 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; ПК-24 – способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами	двинутой)	новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи, анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, а также внутреннюю документацию компаний	Частично освоенное умение	вый
			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	Высокий
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение			Высокий	
Успешное и систематическое владение				

**Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской 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 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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности**

**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 (краткая характеристика места практики, 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. Описать технику проведения исследования, с какими проблемами столкнулись при сборе первичной и вторичной информации, как их решали.
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)
2. Разработка подхода к исследованию
3. Выделение концепций современного маркетинга и их характеристика
4. Результаты экспертного опроса
5. Описание техники проведения исследований
6. Заключение
7. Список использованных источников
8. Глоссарий
9. Приложение

**10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ  
ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В  
ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**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<sup>о</sup>», 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](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](http://www.scopus.com)
2. Библиотека маркетолога. – Режим доступа: [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
  3. Информационный портал межрегионального делового сотрудничества. – Режим доступа: [www.marketcenter.ru](http://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](http://www.dis.ru)
  8. Официальный сайт ритейлеров России. – Режим доступа: [www.retail.ru](http://www.retail.ru)
  9. Профессиональный журнал «Маркетолог». – Режим доступа: [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
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

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
	<p>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), 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ 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	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-

<p>библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>	<p>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</p>
--	--

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



## Форма титульного листа отчета о прохождении учебной практики

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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

*Кафедра маркетинга, коммерции и логистики*

### О Т Ч Е Т

о прохождении учебной практики по получению первичных  
профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений  
и навыков научно-исследовательской деятельности

Выполнил студент гр. Б1208а

\_\_\_\_\_ А.Я. Ягужинская

Отчет защищен:

с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

подпись

И.О. Фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Руководитель практики

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

\_\_\_\_\_ Е.В. Носкова

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 учебной практики по получению первичных профессиональных  
 умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-  
 исследовательской деятельности**

бакалавра 2 курса группы Б1208а  
 Школы экономики и менеджмента  
 Дальневосточного федерального университета  
 направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
 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»  
(ДФУ)

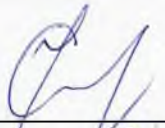
**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

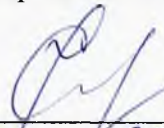
**Согласовано:**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Руководитель образовательной  
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,  
коммерции и логистики

  
И.М. Романова  
« 20 » 10.5 20 16 г.

  
И.М. Романова  
« 20 » 10.5 20 16 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

по получению профессиональных умений и опыта профессиональной  
деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической;  
аналитической; предпринимательской деятельности)

**Направление подготовки** 38.03.06 Торговое дело

**Профиль подготовки** Международный бизнес

**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 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1334;
- 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 38.03.06 Торговое дело, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол от 28.01.2016 № 01-16 и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 04.04.2016 № 12-13-592;
- устава ДВФУ от 12.05.2011 №1614;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

## **2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**



Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; 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;
- 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;
- принятие участия в разработке логистических цепей поставок;
- 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 ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-**

## **УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Задачами производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; предпринимательской деятельности) являются:

### ***организационно-управленческая деятельность:***

1. сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
2. изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
3. идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;
4. составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) и проверка правильности ее оформления;
5. соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;
6. выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;
7. управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
8. выбор и реализация стратегии ценообразования;
9. организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыта) товаров;
10. обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;
11. управление товарными запасами и их оптимизация;

12. управление персоналом;
13. анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);
14. организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной, и (или) товароведной);
15. разработка управленческих решений на стратегическом и операционном уровне на предприятиях / организациях сферы торговли;
16. разработка стратегий позиционирования товара, услуги, предприятия в сфере торговли;

***аналитическая:***

1. сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
2. построение 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. оценка эффективности проекта;
5. оценка эффективности управленческих решений;

***проектная деятельность:***

1. разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и (или) товароведения с использованием информационных технологий;
2. участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;
3. проектирование размещения торговых организаций;

***логистическая деятельность:***

1. выбор или формирование логистических цепей в торговле;

2. участие в разработке логистических схем в торговле;
3. управление логистическими процессами;

***предпринимательская деятельность:***

1. поиск и оценка новых рыночных возможностей;
2. организация предпринимательской деятельности в сфере торговли.

#### **4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ В СТРУКТУРЕ ОП**

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; 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 организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; предпринимательской деятельности) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

ОК – 9: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ОК – 10 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК – 11 – способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК – 12 – способность к самоорганизации и самообразованию;

ОК – 13 – способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК – 16 – владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОПК – 1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОПК – 2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

ОПК – 3 – умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК – 4 – 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 основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией;

ОПК – 5 – готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

ПК-1 – способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-2 – способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-4 – способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

ПК-5 – способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;

ПК-6 – способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

ПК-8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

ПК-12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;

ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

ПК-14 – способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;

ПК-16 – способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли

ПК-17 – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;

ПК-18 – способность проводить анализ конкурентной среды рынка;

ПК-19 – способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях;

ПК-20 – способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;

ПК-21 – способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;

ПК-22 – способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли;

ПК-23 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;

ПК-24 – способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; предпринимательской деятельности) проходит в 6-м семестре, является второй из 3-х

производственных практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиль Международный бизнес. Содержание производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; 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 организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; предпринимательской деятельности) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как: «Основы менеджмента», «Экономическая статистика», «Управление человеческими ресурсами», «Основы маркетинга», «Логистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Мировая экономика», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Таможенное дело» и др.

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; предпринимательской деятельности) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего изучения дисциплин «Электронная коммерция», «Международная торговля», «Интернет-маркетинг» и др., а также прохождения торгово-технологической и преддипломной практик.

## **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; проектной; логистической; аналитической; 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 организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; 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 ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

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

<b>Код и формулировка компетенций</b>	<b>Формулировка компетенций</b>	
ПК-5: способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе	Знает	приемы и средства стимулирования и подбора персонала торгового предприятия

<p>с малыми коллективами</p> <p>ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;</p> <p>ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;</p> <p>ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;</p> <p>ПК-9: готовность анализировать оценивать и разрабатывать стратегии предприятия.</p>	Умеет	выбирать эффективные методы стимулирования персонала, ведения деловых переговоров, закупки товаров
	Владеет	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации
<p>ПК-12: способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;</p> <p>ПК-13: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);</p> <p>ПК-14: способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>	Знает	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований
	Умеет	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них
	Владеет	оценкой эффективности проектной деятельности
<p>ПК-15: готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	Знает	подходы к выбору логистических цепей;
	Умеет	оценивать логистические цепи и схемы торговых организаций
	Владеет	навыками оценки эффективности логистических систем
<p>ПК-16: способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли</p>	Знает	подходы к воздействию внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Умеет	оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Владеет	навыками оценки воздействия внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
<p>ПК – 17: способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса</p>	Знает	подходы к анализу поведения потребителей
	Умеет	оценивать поведение потребителей

	Владеет	навыками оценки поведения потребителей
ПК – 18: способность проводить анализ конкурентной среды рынка	Знает	подходы к анализу конкурентной среды рынка
	Умеет	оценивать конкурентную среду рынка
	Владеет	навыками оценки конкурентной среды рынка
ПК – 19: способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях	Знает	подходы к анализу данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
	Умеет	анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
	Владеет	навыками анализа и интерпретирования данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
ПК – 20: способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли	Знает	количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли
	Умеет	использовать количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли
	Владеет	навыками использования количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли
ПК – 21: способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	Знает	подходы к оценке финансовой и бухгалтерской информации предприятий различных форм собственности
	Умеет	использовать данные финансовой и бухгалтерской отчетности предприятий различных форм собственности для принятия управленческих решений
	Владеет	навыками анализа и оценки финансовой и бухгалтерской отчетности предприятий
ПК – 22: способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания	Знает	методы оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи создания новых

новых предприятий / организаций сферы торговли		предприятий / организаций сферы торговли
	Умеет	оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
	Владеет	навыками проведения оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
ПК – 23: способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Знает	подходы к оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
	Владеет	навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
ПК – 24: способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами	Знает	понятие социальной ответственности
	Умеет	обеспечивать реализацию социальной ответственности
	Владеет	навыками взаимодействия со всеми заинтересованными лицами с целью реализации социальной ответственности бизнеса

## **7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 недели / 6 зачетных единиц, 216 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	2,0	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	20,0	20,0	Устный опрос
		Оценка конкурентоспособности предприятия	20,0	20,0	
		Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия (включая разработку проектов)	20,0	20,0	
		Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия	20,0	10,0	
		Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия	20,0	10,0	
		Анализ логистической деятельности предприятия	20,0	20,0	
		Выполнение индивидуального задания руководителем практики от предприятия*	20,0*	20,0*	
		Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия	24,0	20,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	5,0	5,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	10,0	10,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	5,0	5,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	20,0	20,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
<b>Итого</b>			<b>216,0</b>	<b>206,0</b>	–

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

### 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)	27,0	27,0	Устный опрос
		Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	60,0	60,0	
		Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	74,0	74,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	7,0	7,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	10,0	10,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	10,0	10,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	16,0	16,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
<b>Итого</b>			<b>216,0</b>	<b>204,0</b>	–

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

## **УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

*Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по  
производственной практике по получению профессиональных умений и  
опыта профессиональной деятельности (в организационно-  
управленческой; проектной; логистической; аналитической;  
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. 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).

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

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

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

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

13. Дать краткую характеристику конкурентов предприятия.

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



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

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

17. Описать ассортиментную политику предприятия.

18. Описать ценовую политику предприятия.

19. Описать политику распределения предприятия.

20. Описать коммуникационную политику предприятия.

21. К какому типу посредников относится данное предприятие,

22. Какие функции выполняет предприятие.

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

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

25. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

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

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

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

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

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

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

32. 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.

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

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

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

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

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

38. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

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

40. 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; проектной; логистической; аналитической;***

*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 описать, 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 ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Содержание практики зависит от места ее проведения. Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; 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 организационно-управленческой; проектной; логистической; аналитической; 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: – изучение организационно-правовой формы предприятия; – характеристика деятельности подразделений предприятия; – изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия; – оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития;	4, в т.ч.:  1 1 1 1
3. Оценка конкурентоспособности предприятия	2
4. Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия (включая разработку проектов)	2
5. Анализ направлений маркетинговой деятельности предприятия	2
6. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия	2
7. Анализ логистической деятельности предприятия	2
8. Выполнение индивидуального задания руководителем практики от предприятия*	2*
9. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия	2
10. Анализ и обработка собранной информации	2
11 Написание и оформление отчета	2
12. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

\*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 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 м<sup>2</sup> или м<sup>3</sup>, 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.

**9. Анализ маркетинговой деятельности предприятия:** характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики, политика распределения).

**10. Анализ 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).

## **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. Анализ 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).

**15. 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).

**16. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности 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



### **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. 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.

**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. 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.

**14. 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.

**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. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

**17. 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

**18. 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).

**19. 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.

### ***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):

1. Исследование рынка транспортно-логистических услуг стран АТР.
2. Оценка состояния рынка транспортно-логистических услуг Китая (или Кореи, Японии и т.д.).
3. Исследование состояния и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг региона.
4. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры региона.
5. Тенденции и перспективы развития транспортно-логистической сферы региона.
6. Исследование рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).
7. Анализ спроса на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).
8. Анализ предложения на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).
9. Оценка конъюнктуры рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).
10. Оценка конкурентной среды товарного рынка/рынка услуг.
11. Оценка потенциала рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг)
12. 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 технологической практики (в торгово-технологической деятельности) (3 курс, 6 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	3
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	6
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	8
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	3
6. Написание и оформление отчета по практике	2
7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

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 технологической практики (в торгово-технологической 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: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; ПК–2: способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери; ПК-4: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории маркетинга и коммерции	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)	характеризовать параметры ассортимента, качества товаров	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)	методами формирования ассортиментной политики торгового предприятия на основе выявления потребностей 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–3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке и анализу внешней	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2

покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;		среды	Неполные знания	Базовый	3	
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4	
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5	
	умеет (продвинутый)		оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду 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 исследования потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики	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-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров; ПК-8: готовностью	знает (пороговый уровень)		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)			выбирать эффективные методы стимулирования персонала, ведения деловых переговоров, закупки товаров	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

обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания; ПК-9: готовность анализировать оценивать и разрабатывать стратегии предприятия.	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации	систематическое умение				
			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: способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий; ПК-13: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ПК-14: способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований	Отсутствие знаний	Пороговый	1		
			Фрагментарные знания		2		
			Неполные знания		3		
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	4		
			Сформированные и систематические знания		Высокий	5	
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них	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 эффективности проектной деятельности	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: готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать	знает (пороговый уровень)	подходы к выбору логистических цепей;	Отсутствие знаний	Пороговый	1		
			Фрагментарные знания		2		
			Неполные знания		3		
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	4		
			Сформированные и систематические знания		Высокий	5	



оптимальные логистические системы.	умеет (продвинутый)	оценивать логистические цепи и схемы торговых организаций	Отсутствие умений	Пороговые	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 оценки эффективности логистических систем	Не владеет	Пороговые	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 – 16 – Способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций; ПК – 17 – Способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; ПК – 18 – Способность проводить анализ конкурентной среды рынка; ПК – 19 – Способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях; ПК - 20 – Способностью применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли; ПК – 21 – Способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке воздействия внешней среды на функционирование организаций, к анализу конкурентной среды, поведению потребителей ; подходы к оценке финансовой и бухгалтерской информации	Отсутствие знаний	Пороговые	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
	умеет (продвинутый)	оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций, конкурентной среды, поведения потребителей ; проводить анализ финансовой и бухгалтерской отчетности	Отсутствие знаний	Пороговые	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
владеет	методами	Отсутствие знаний	Пороговые	1	

различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; ПК – 22 – Способностью находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли.	(высокий)	исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации; навыками оценки финансовой и бухгалтерской информации	Фрагментарные знания	Базовый	2
			Неполные знания		3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Высокий	4
			Сформированные и систематические знания		5
ПК – 23: Способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности ПК – 24: Способностью обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, понятие социальной ответственности	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
	умеет (продвинутый)	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; обеспечивать реализацию социальной ответственности	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
	владеет (высокий)	навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; навыками взаимодейств	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
Сформированные и систематические знания	Высокий	5			
		5			

		ия со всеми заинтересованными лицами с целью реализации социально ответственно сти бизнеса			
--	--	--	--	--	--

## 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 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> 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. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.
19. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.
20. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.
21. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.
22. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
23. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
24. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).
25. 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 технологической практике (в торгово-технологической 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 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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
	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 «Торговое дело» профиль «Международный бизнес» 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, 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; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; 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°», 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°», 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°», 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/](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**

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
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), 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 ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО- УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ПРОЕКТНОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ; АНАЛИТИЧЕСКОЙ; 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 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» я 2016 г. № 4





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

Выполнил студент гр. Б1408а

\_\_\_\_\_ А.А. Иванов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

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

\_\_\_\_\_ Т.А. Никулина

Регистрационный № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ 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»  
 (ДФУ)

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ДНЕВНИК**

**прохождения производственной** практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой, проектной, логистической; аналитической; предпринимательской деятельности)

бакалавра 4 курса группы Б1408 а

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета  
 направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
 профиль подготовки «Международный бизнес»

**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 Б1408 а  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
профиль подготовки «Международный бизнес»  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

А.А. Ступникова

27.05.201\_  
М.П.

**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; проектной; логистической; аналитической; 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

  
И.М. Романова  
« 28 » июня 2018 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Технологическая практика (в торгово-технологической деятельности)

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.06 Торговое дело \_\_\_\_\_

Профиль подготовки \_\_\_\_\_ Международный бизнес \_\_\_\_\_

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 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1334;
- 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 38.03.06 Торговое дело, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол от 28.01.2016 № 01-16 и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 04.04.2016 № 12-13-592;
- устава ДВФУ от 12.05.2011 №1614;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

## **2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Целями производственной технологической практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;
- изучение особенностей функционирования конкретных технологических процессов на предприятии или организации;
- 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 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Задачами производственной технологической практики являются:

***торгово-технологическая деятельность:***

1. выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
2. разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
3. организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
4. организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учета;



5. проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
6. управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
7. проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
8. участие в работе по обеспечению и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;
9. регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;
10. организация материально-технического снабжения предприятия, технология и организация закупки и продажи (сбыта) товаров;
11. участие в обеспечении товародвижения, его учете, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь;
12. осуществление маркетинговых мероприятий по товародвижению и продвижению товаров;
13. участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
14. организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
15. осуществление контроля качества и приемки товаров по количеству и качеству;
16. участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
17. обеспечение сохранности товаров в процессе их товародвижения;
18. регулирование и контроль условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь;
19. участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;

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

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

22. разработка торговых марок, брендинг товаров;

23. организация системы мерчандайзинга на предприятиях / организациях сферы торговли;

24. управление рыночными атрибутами товара (торговой маркой, упаковкой, маркировкой, сервисом);

## **1. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ В СТРУКТУРЕ ОП**

Производственная технологическая практика (в торгово-технологической деятельности) является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.П.3) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной технологической практики у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

ОК – 9: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ОК – 11 – способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК – 12 – способность к самоорганизации и самообразованию;

ОК – 13 – способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК – 16 – владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОПК – 1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОПК – 2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

ОПК – 3 – умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК – 4 – 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 основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией;

ОПК – 5 – готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

ПК-1 – способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-2 – способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы

хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-4 – способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

ПК-8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

ПК-12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;

ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

ПК-14 – способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;

ПК-16 – способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли

ПК-17 – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;

ПК-18 – способность проводить анализ конкурентной среды рынка;

ПК-20 – способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;

ПК-22 – способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли.

Производственная технологическая практика (в торгово-технологической деятельности) проходит в 8-м семестре, является второй из 3-х производственных практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Содержание производственной технологической практики (в торгово-технологической деятельности) предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной технологической практики (в торгово-технологической деятельности) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как: «Экономическая статистика», «Основы маркетинга», «Логистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Мировая экономика», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Маркетинговые коммуникации», «Таможенное дело», «Основы международного маркетинга» и др.

В результате прохождения производственной технологической практики (в торгово-технологической деятельности) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы.

## **2. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – технологическая практика (в торгово-технологической деятельности).

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 технологической практики (в торгово-технологической 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 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

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

<b>Код и формулировка компетенций</b>	<b>Формулировка компетенций</b>	
ПК–1: способность управлять ассортиментом качеством товаров и услуг, оценивать их ка диагностировать дефекты, обеспечивать	Знает	базовые понятия теории маркетинга и коммерции
	Умеет	характеризовать параметры

необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; ПК–2: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери; ПК-4: способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Владеет	ассортимента, качества товаров методами формирования ассортиментной политики торгового предприятия на основе выявления потребностей потребителей
	ПК–3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знает
	Умеет	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка
	Владеет	методами исследования потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики
	Умеет	оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Владеет	навыками оценки воздействия внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Владеет	навыками использования количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли

## **7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 4 недели / 6 зачетных единиц, 216 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	2,0	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	40,0	40,0	Устный опрос
		Анализ организации торгово-технологической деятельности предприятия	40,0	40,0	
		Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия*	40,0*	40,0*	
		Разработка рекомендаций по совершенствованию торгово-технологической деятельности предприятия	20,0	20,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	15,0	15,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	15,0	15,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	10,0	10,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	24,0	24,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
<b>Итого</b>			<b>216,0</b>	<b>206,0</b>	–

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

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)	27,0	27,0	Устный опрос
		Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	60,0	60,0	
		Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	74,0	74,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	7,0	7,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	10,0	10,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	10,0	10,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	16,0	16,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
<b>Итого</b>			<b>216,0</b>	<b>204,0</b>	–

**8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ  
(В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

*Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по  
производственной технологической практике (в торгово-  
технологической 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. К какому типу посредников относится данное предприятие,

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

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

14. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

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

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

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

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

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

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

21. 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.

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

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

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

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

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

27. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

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

29. 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 технологической практике (в торгово-технологической 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 описать, 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.

## 9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

### 9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Содержание практики зависит от места ее проведения. Производственная технологическая практика (в торгово-технологической 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 технологической практики (в торгово-технологической 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.	5, в т.ч.: 1 1 1 1 1
3 Анализ торгово-технологической деятельности предприятия	4
4. Выполнение индивидуального задания, выданного руководителем практики от предприятия*	4*
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию торгово-технологической деятельности предприятия	2
6. Анализ и обработка собранной информации	4
7 Написание и оформление отчета	3
8. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

\*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);
- 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);

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 торгово-технологической деятельности на предприятии:

- 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);
  - направления исследований с целью выявления, формирования и удовлетворения потребностей;
  - разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
  - организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
  - организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учет;

- проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
- проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в торгово-технологической деятельности;
- выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
- анализ процессов хранения товаров на предприятии;
- маркетинговые мероприятия по товародвижению и продвижению товаров;
- анализ процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
- анализ работы с ассортиментом товаров;
- анализ договорной работы;
- анализ соблюдения основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;
- анализ организации системы мерчандайзинга на предприятиях / организациях сферы торговли;
- анализ управления рыночными атрибутами товара (торговой маркой, упаковкой, маркировкой, сервисом).

. 6. Разработка рекомендаций по совершенствованию торгово-технологической деятельности предприятия. Выявление проблем в области торгово-технологической 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.

### **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 м<sup>2</sup> или м<sup>3</sup>, оснащенность оборудованием, состояние.

**7. Анализ торгово-технологической деятельности предприятия:** характеристика основных торгово-технологических процессов на предприятии).

**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 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

**15.** 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).

**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.

### **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. 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.

**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. 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.

**14. 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.

**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. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

**16. 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

**17. 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).

**18. 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 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 ресторанов армянской кухни
3. Исследование влияния потребительских ценностей на выбор мясных полуфабрикатов

4. Влияние технологий продвижения продуктов и предприятий общественного питания на лояльность потребителей
  5. Организация мерчандайзинга в магазинах бытовой техники
- г. Владивостока
6. Влияние социальных медиа на поведение потребителей Китая
  7. Исследование потребительских предпочтений на рынке товаров КНР
  8. Влияние инструментов мобильного маркетинга на поведение потребителей Китая
  9. 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 технологической практики (в торгово-технологической деятельности) (4 курс, 8 семестр) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики в таблице.

Таблица – График прохождения 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	3
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	6
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	8
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	3
6. Написание и оформление отчета по практике	2

7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

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 технологической практики (в торгово-технологической 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: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории маркетинга и коммерции	Отсутствие знаний	Пороговые	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
	умеет (продвинутый)	характеризовать	Сформированные и систематические знания	Высокий	5
			Отсутствие умений	Пороговые	1
		Частично освоенное			2

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы	
осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; ПК-2: способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери; ПК-4: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.		параметры ассортимента, качества товаров	умение	Базовый	3	
			В целом успешное, но не систематическое умение			
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4	
				Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)		методами формирования ассортиментной политики торгового предприятия на основе выявления потребностей 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
	ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;	знает (пороговый уровень)		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)			оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду 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
владеет (высокий)		методами исследования потребительских	Не владеет	Пороговый	1	
			Фрагментарное владение		2	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	Критерии	Показатели	Баллы
	предпочтительными, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики	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 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> торговой площади и т.д.).
11. Перечень поставщиков товаров и услуг.
12. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.



13. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.

14. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).

15. 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 технологической практике (в торгово-технологической 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 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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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**

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. 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 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 «Торговое дело» профиль «Международный бизнес» 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, 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 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ 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<sup>о</sup>», 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<sup>о</sup>», 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°», 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°», 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. 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/](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	<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), 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 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ 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:

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
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  
технологической 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 производственной технологической практики (в торгово-  
технологической деятельности)

Выполнил студент гр. Б1408а

\_\_\_\_\_ 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.

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
подпись

Практика пройдена в срок

с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

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 технологической практики**  
(в торгово-технологической деятельности)  
бакалавра 4 курса группы Б1408 а  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
профиль подготовки «Международный бизнес»  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

<b>Период</b>	<b>Выполняемая работа</b>	<b>Подпись руководителя практики</b>

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 Б1408 а  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
профиль подготовки «Международный бизнес»  
**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 технологической практики (в торгово-технологической 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

  
И.М. Романова  
«28» июня 2018 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная

Направление подготовки	<u>38.03.06 Торговое дело</u>
Профиль подготовки	<u>Международный бизнес</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>бакалавр</u>

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 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.11.2015 № 1334;
- 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 38.03.06 Торговое дело, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол от 28.01.2016 № 01-16 и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 04.04.2016 № 12-13-592;
- устава ДВФУ от 12.05.2011 №1614;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

## **2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ 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 конкретных технологических процессов на предприятии или организации;
- 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 ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Задачами производственной преддипломной практики являются:

***торгово-технологическая деятельность:***

1. выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
2. разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
3. организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
4. организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учета;
5. проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
6. управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;

7. проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
8. участие в работе по обеспечению и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;
9. регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;
10. организация материально-технического снабжения предприятия, технология и организация закупки и продажи (сбыта) товаров;
11. участие в обеспечении товародвижения, его учете, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь;
12. осуществление маркетинговых мероприятий по товародвижению и продвижению товаров;
13. участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
14. организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
15. осуществление контроля качества и приемки товаров по количеству и качеству;
16. участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
17. обеспечение сохраняемости товаров в процессе их товародвижения;
18. регулирование и контроль условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь;
19. участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;
20. соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;
21. оформление и контроль правильности составления технической

документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов);

22. разработка торговых марок, брендинг товаров;

23. организация системы мерчандайзинга на предприятиях / организациях сферы торговли;

24. управление рыночными атрибутами товара (торговой маркой, упаковкой, маркировкой, сервисом);

***организационно-управленческая деятельность:***

1. сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;

2. изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;

3. идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;

4. составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной) и проверка правильности ее оформления;

5. соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;

6. выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;

7. управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;

8. выбор и реализация стратегии ценообразования;

9. организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыта) товаров;

10. обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;

11. управление товарными запасами и их оптимизация;
12. управление персоналом;
13. анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);
14. организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной, и (или) товароведной);
15. разработка управленческих решений на стратегическом и операционном уровне на предприятиях / организациях сферы торговли;
16. разработка стратегий позиционирования товара, услуги, предприятия в сфере торговли;

***аналитическая:***

1. сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
2. построение 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. оценка эффективности проекта;
5. оценка эффективности управленческих решений;

***проектная деятельность:***

1. разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и (или) товароведения с использованием информационных технологий;
2. участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;
3. проектирование размещения торговых организаций;

***логистическая деятельность:***

1. выбор или формирование логистических цепей в торговле;
2. участие в разработке логистических схем в торговле;
3. управление логистическими процессами;

***предпринимательская деятельность:***

1. поиск и оценка новых рыночных возможностей;
2. организация предпринимательской деятельности в сфере торговли.

#### **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.3) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной преддипломной практики у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

ОК – 9: способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ОК – 10 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК – 11 – способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК – 12 – способность к самоорганизации и самообразованию;

ОК – 13 – способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК – 16 – владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОПК – 1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с



применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОПК – 2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

ОПК – 3 – умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК – 4 – 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 основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией;

ОПК – 5 – готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

ПК-1 – способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-2 – способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-4 – способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

ПК-5 – способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;

ПК-6 – способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

ПК-8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

ПК-12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;

ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

ПК-14 – способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;

ПК-16 – способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли

ПК-17 – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;

ПК-18 – способность проводить анализ конкурентной среды рынка;

ПК-19 – способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях;

ПК-20 – способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;

ПК-21 – способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;

ПК-22 – способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли;

ПК-23 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;

ПК-24 – способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами.

Производственная преддипломная практика проходит в 8-м семестре, является четвертой из 4-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. 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: «Основы менеджмента», «Экономическая статистика»,

«Управление человеческими ресурсами «Основы маркетинга», «Логистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Мировая экономика», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Основы коммерческой деятельности», «Маркетинговые коммуникации», «Таможенное дело», «Основы международного маркетинга» 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 компетенций	Формулировка компетенций	
<p>ПК-1: способность управлять ассортиментом качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;</p> <p>ПК-2: способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;</p> <p>ПК-4: способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	Знает	базовые понятия теории маркетинга и коммерции
	Умеет	характеризовать параметры ассортимента, качества товаров
	Владеет	методами формирования ассортиментной политики торгового предприятия на основе выявления потребностей потребителей
<p>ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	Знает	подходы к оценке и анализу внешней среды
	Умеет	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка
	Владеет	методами исследования потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики
<p>ПК-5: способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p> <p>ПК-6: способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;</p> <p>ПК-7: способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;</p> <p>ПК-8: готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;</p> <p>ПК-9: готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии предприятия.</p>	Знает	приемы и средства стимулирования и подбора персонала торгового предприятия
	Умеет	выбирать эффективные методы стимулирования персонала, ведения деловых переговоров, закупки товаров
	Владеет	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации
ПК-12: способность разрабатывать	Знает	подходы к разработке

<b>Код и формулировка компетенций</b>	<b>Формулировка компетенций</b>	
<p>проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;</p> <p>ПК–13: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);</p> <p>ПК-14: способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>		инновационных проектов, основы маркетинговых исследований
	Умеет	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них
<p>ПК-15: готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	Знает	подходы к выбору логистических цепей;
	Умеет	оценивать логистические цепи и схемы торговых организаций
	Владеет	навыками оценки эффективности логистических систем
<p>ПК-16: способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли</p>	Знает	подходы к воздействию внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Умеет	оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
	Владеет	навыками оценки воздействия внешней среды на функционирование организаций / предприятий сферы торговли
<p>ПК – 17: способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса</p>	Знает	подходы к анализу поведения потребителей
	Умеет	оценивать поведение потребителей
	Владеет	навыками оценки поведения потребителей
<p>ПК – 18: способность проводить анализ конкурентной среды рынка</p>	Знает	подходы к анализу конкурентной среды рынка
	Умеет	оценивать конкурентную среду рынка
	Владеет	навыками оценки конкурентной среды рынка
<p>ПК – 19: способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях</p>	Знает	подходы к анализу данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
	Умеет	анализировать и интерпретировать данные отечественной и

Код и формулировка компетенций	Формулировка компетенций	
		зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
	Владеет	навыками анализа и интерпретирования данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
ПК – 20: способность применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли	Знает	количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли
	Умеет	использовать количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли
	Владеет	навыками использования количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли
ПК – 21: способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	Знает	подходы к оценке финансовой и бухгалтерской информации предприятий различных форм собственности
	Умеет	использовать данные финансовой и бухгалтерской отчетности предприятий различных форм собственности для принятия управленческих решений
	Владеет	навыками анализа и оценки финансовой и бухгалтерской отчетности предприятий
ПК – 22: способность находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли	Знает	методы оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
	Умеет	оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
	Владеет	навыками проведения оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли
ПК – 23: способность оценивать экономические и социальные условия	Знает	подходы к оценке экономических и социальных условий

<b>Код и формулировка компетенций</b>	<b>Формулировка компетенций</b>	
осуществления предпринимательской деятельности		осуществления предпринимательской деятельности
	Умеет	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
	Владеет	навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
ПК – 24: способность обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами	Знает	понятие социальной ответственности
	Умеет	обеспечивать реализацию социальной ответственности
	Владеет	навыками взаимодействия со всеми заинтересованными лицами с целью реализации социальной ответственности бизнеса

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость учебной практики составляет 4 недели / 6 зачетных единиц, 216 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	2,0	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	40,0	40,0	Устный опрос Консультирование руководителем от предприятия Консультирование руководителем ВКР
		Анализ маркетинговой деятельности предприятия	40,0	40,0	
		Выполнение задания в соответствии с темой ВКР	40,0	40,0	



№ 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.	
		(выданному руководителем ВКР)			
		Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия	20,0	20,0	
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	15,0	15,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	15,0	15,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	10,0	10,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	24,0	24,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
<b>Итого</b>			<b>216,0</b>	<b>206,0</b>	–

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)	27,0	27,0	Устный опрос
		Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	60,0	60,0	
		Сбор первичной информации в соответствии	74,0	74,0	

№ 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.	
		с программой исследования			
3	Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации	Составление баз данных по результатам собранной информации	7,0	7,0	Проверка базы данных
		Статистическая обработка данных	10,0	10,0	Проверка результатов обработки данных
		Построение графиков, диаграмм	10,0	10,0	
4	Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	16,0	16,0	Защита отчета
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4,0	0,0	Устный опрос
<b>Итого</b>			<b>216,0</b>	<b>204,0</b>	–

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

*Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной преддипломной практике 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. 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).

9. Перечислить нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы

федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.).

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

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

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

13. Дать краткую характеристику конкурентов предприятия.

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

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

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

17. Описать ассортиментную политику предприятия.

18. Описать ценовую политику предприятия.

19. Описать политику распределения предприятия.

20. Описать коммуникационную политику предприятия.

21. К какому типу посредников относится данное предприятие,

22. Какие функции выполняет предприятие.

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

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

25. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

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

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

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

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

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

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

32. 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.

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

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

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

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

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

38. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

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

40. 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 преддипломной практике 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 описать, 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; – оценка конкурентоспособности предприятия.	5, в т.ч.:  1 1 1 1 1
3 Анализ маркетинговой деятельности предприятия	4
4. Выполнение задания в соответствии с темой ВКР (выданному руководителем ВКР)	4
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия	2
6. Анализ и обработка собранной информации	4
7 Написание и оформление отчета	3
8. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

### **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, 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 м<sup>2</sup> или м<sup>3</sup>, 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.

**9. 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**

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать результаты исследования в рамках темы ВКР.

### **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. 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.

**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. 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.

**14. 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.

**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. Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

**16. 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

**17. 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).

**18. 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 подробные результаты исследования в рамках 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 ресторанов армянской кухни
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 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 и тематике ВКР	3
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	6
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	8
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	3
6. Написание и оформление отчета по практике	2
7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

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: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству; ПК–2: способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории маркетинга и коммерции	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)	характеризовать параметры ассортимента, качества товаров	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)	методами формирования ассортиментной политики торгового предприятия	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	3	
В целом успешное, но				4	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
также учитывать и списывать потери; ПК-4: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.		на основе выявления потребностей потребителей	сопровождающееся отдельными ошибками владение	Высокий	5
			Успешное и систематическое владение		
ПК-3: готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке и анализу внешней среды	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)	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду 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
	владеет (высокий)	методами исследования потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики	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-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с	знает (пороговый уровень)	приемы и средства стимулирования и подбора персонала торгового	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
<p>малыми коллективами ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров; ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания; ПК-9: готовность анализировать оценивать и разрабатывать стратегии предприятия.</p>		предприятия	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Высокий	4
			Сформированные и систематические знания		5
	умеет (продвинутый)	выбирать эффективные методы стимулирования персонала, ведения деловых переговоров, закупки товаров	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		5
	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий 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		5
<p>ПК-12: способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий; ПК-13: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); ПК-14: способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания		3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	4
			Сформированные и систематические знания		5
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них	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		5
	владеет (высокий)	оценкой эффективнос	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное		2

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
		ти проектной деятельности	владение		
			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: готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы.	знает (пороговый уровень)	подходы к выбору логистических цепей;	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)	оценивать логистические цепи и схемы торговых 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)	навыками оценки эффективности логистических систем	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 – 16 – Способность оценивать воздействие внешней среды на функционирование организаций; ПК – 17 – Способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; ПК – 18 – Способность проводить анализ	знает (пороговый уровень)	подходы к оценке воздействия внешней среды на функционирование организаций, к анализу конкурентной среды, поведению	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
<p>конкурентной среды рынка;</p> <p>ПК – 19 – Способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях;</p> <p>ПК - 20 – Способностью применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в сфере торговли;</p> <p>ПК – 21 – Способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</p> <p>ПК – 22 – Способностью находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи создания новых предприятий / организаций сферы торговли.</p>	умеет (продвинутый)	<p>потребителей ; подходы к оценке финансовой и бухгалтерской информации</p>	<p>Отсутствие знаний</p> <p>Фрагментарные знания</p> <p>Неполные знания</p> <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p> <p>Сформированные и систематические знания</p>	Пороговый	1
					2
				Базовый	3
					4
					5
	владеет (высокий)	<p>методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки уровня обслуживания и анализа стратегий организации; навыками оценки финансовой и бухгалтерской информации</p>	<p>Отсутствие знаний</p> <p>Фрагментарные знания</p> <p>Неполные знания</p> <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p> <p>Сформированные и систематические знания</p>	Пороговый	1
					2
				Базовый	3
					4
					5
ПК – 23: Способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности ПК – 24: Способностью обеспечивать реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе	знает (пороговый уровень)	<p>подходы к оценке экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, понятие социальной ответственности</p>	<p>Отсутствие знаний</p> <p>Фрагментарные знания</p> <p>Неполные знания</p> <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p> <p>Сформированные и систематические знания</p>	Пороговый	1
					2
				Базовый	3
					4
					5

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами	умеет (продвинутый)	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; обеспечивать реализацию социальной ответственности	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
	владеет (высокий)	навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; навыками взаимодействия со всеми заинтересованными лицами с целью реализации социальной ответственности бизнеса	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	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 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> 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. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.
19. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.
20. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.
21. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.
22. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
23. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.



24. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).

25. 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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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 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 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 «Торговое дело» профиль «Международный бизнес» 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 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. 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<sup>о</sup>», 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<sup>о</sup>», 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°», 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°», 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. 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/](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>.

6. Информационный портал «Логистика». Миссия заключается в содействии логистам и логистическим компаниям в развитии этого динамичного направления. Примеры по функциональному признаку: транспортная логистика, складская, маркетинговая, производственная, информационная, закупочная; по отраслевому: фармацевтическая логистика, военная, банковская, выставочная; по территориальному: международная логистика, региональная, городская; по функциональному охвату: управление цепочками поставок (УЦП или SCM), интегрированная логистика; по секторам экономики: логистика предпринимательской деятельности, государственной деятельности, благотворительной деятельности (третий сектор экономики). – Режим доступа: [www.logistics.ru](http://www.logistics.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), 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 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	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-

менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	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, 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  
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 производственной преддипломной практики

Выполнил студент гр. Б1408а

\_\_\_\_\_ 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.

Практика пройдена в срок

с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

в \_\_\_\_\_

подпись

И.О. Фамилия

г. Владивосток

20\_\_



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 Б1408 а

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета

направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

профиль подготовки «Международный бизнес»

**Сорокина Игоря Юрьевича**

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

В.А. Иванова

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 Б1408 а  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
профиль подготовки «Международный бизнес»  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

А.В. Иванова

27.05.201\_  
М.П.



**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  
преддипломной практики 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.