



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

Школа экономики и менеджмента

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Школы  
экономики и менеджмента

Е.Б. Гаффорова

« 28 » июня 2018 г.

## **СБОРНИК ПРОГРАММ ПРАКТИК**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.06 Торговое дело**

**Программа прикладного бакалавриата**

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

Сборник программ практик составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования ДВФУ по направлению подготовки 38.03.06 **Торговое дело** 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; логистической деятельности))
- 3 Производственная практика (технологическая практика (в проектной; торгово-технологической деятельности))
- 4 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 образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)


### ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА


Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной  
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,  
коммерции и логистики

  
И.М. Романова  
« 14 » 09 20 17 г.

  
И.М. Романова  
« 14 » 09 20 17 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

Квалификация (степень) выпускника \_\_\_\_\_ бакалавр

г. Владивосток  
2017

## **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, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;
- 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 и удовлетворение потребностей покупателей товаров;
- анализ и прогнозирования спроса потребителей;
- анализ маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка.

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

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для разработки стратегии организации;

#### **проектная деятельность:**

- участие в реализации проектов профессиональной деятельности;

#### **логистическая деятельность:**

- выбор логистических цепей и схем в торговых организациях

### **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. 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 «Современные информационные технологии», «Основы менеджмента», «Экономическое и правовое мышление», «Маркетинг», «Товароведение потребительских товаров», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Статистика», «Основы логистики». 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», «Предпринимательство», «Управление маркетингом», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг в социальных медиа», «Маркетинг инноваций».



## **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 – рассредоточенная.

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 общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Планируемые результаты практики Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p><b>ОПК-4:</b> способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или)商 业-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией <i>(формируется частично: способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией);</i></p> <p><b>ОПК-5:</b> готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или)商 业-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к анализу и оценке корпоративного профиля компании и внешней среды функционирования предприятия
	умеет (продвинутый)	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка, определять тренды и перспективы развития рынка
	владеет (высокий)	навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики, навыками применения количественных и качественных методов анализа, обеспечения реализации социальной ответственности бизнеса
<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-9</b> – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к исследованию поведения потребителей и принципы разработки стратегии организации
	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)	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки и анализа стратегий организации
<p><b>ПК-12</b> – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетин-</p>	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований

Планируемые результаты практики Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
говые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий;		
	умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием современных и малобюджетных средств и участвовать в них
	владеет (высокий)	оценкой эффективности проектной деятельности
<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	знает (пороговый уровень)	основы формирования и построения логистических цепей и схем в торговых организациях
	умеет (продвинутый)	оценивать логистическую инфраструктуру
	владеет (высокий)	способностью участвовать в выборе и формировании оптимальных логистических цепей и схем в торговых организациях

## **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, диаграмм	4,0	4,0	
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	4,0	2,0	

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
		Вид работ	Час.	В т.ч. час.	
		исследования			
8	Подготовка итогового отчета по учебной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	6,0	6,0	Публичная защита отчета с презентацией в Power Point
		Подготовка презентации	4,0	4,0	
<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 штурма» при разработке рабочего инструментария исследования.
7. Методы сбора данных: характеристика и условия применения.
8. Методы анализа данных: условия применения.
9. Исследовательский вопрос: правила постановки, аргументация.
10. Методы определения объема выборки.
11. Состояние и тенденции развития рынка: показатели для анализа, методы анализа, подходы к подаче материала.
12. Характеристики, определяемые особенности исследовательского процесса.
13. Показатели, характеризующие товарное предложение.
14. Показатели, характеризующие спрос (реальный и потенциальный).
15. Методы определения емкости рынка.

#### **– Сбор кабинетной информации**

##### *Контрольные вопросы*

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

10. Подходы к проведению контент-анализа.

11. Внутренняя и внешняя достоверность данных.

### – Планирование полевого исследования

#### *Контрольные вопросы*

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

В процессе разработки методического подхода студентам необходимо заполнить квот-листы

Квот-лист № \_\_\_\_\_

Ф.И.О. интервьюера: \_\_\_\_\_

Таблица квот по мужчинам

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

Таблица квот по женщинам

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

## **– Реализация полевого исследования**

### *Контрольные вопросы*

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

### ***Методические указания по реализации полевого исследования***

#### Основные моменты организации проведения интервью

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



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

1. Респондент может оказаться от проведения интервью.

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

#### **– Анализ и обработка собранной информации**

*Контрольные вопросы*

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

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

*Контрольные вопросы*

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

### **9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)**

#### **9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО**

## **УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В 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 (продвину-  
тый уровень) – исследовательский проект*

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

Возможные цели исследовательского проекта:

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

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

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

В рамках исследовательского проекта студенты выполняют разные функции:

1. Группа управления проектом:
  - группа топ-менеджеров;
  - группа менеджеров;
  - аналитики.
2. Интервьюеры

*Задачи для группы управления (топ-менеджеры, менеджеры, 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 потребления в целом и в разрезе товарных групп; товарные запасы; количество оптовых и розничных торговцев и т.д.);

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

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

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

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

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

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

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

Основная задача, которая ставится при прохождении практики – выдвижение 3-5 концепций развития современного маркетинга / торговли. 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 / торговли, 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 / торговли 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 / торговли.

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
<b>ОПК-4:</b> способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией <i>(формируется частично: способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией);</i>	знает (пороговый уровень)	подходы к анализу и оценке корпоративного профиля компании и внешней среды функционирования предприятия	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	умеет (продвинутый)	оценивать поведение потребителей, исследовать конкурентную среду рынка, определять тренды и перспективы развития рынка	Сформированные и систематические знания	Высокий
			Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение			
	владеет (высокий)	навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики, навыками применения ко-	Успешное и систематическое умение	Высокий
			Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	
В целом успешное, но				

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели				
<b>ОПК-5:</b> готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления		личественных и качественных методов анализа, обеспечения реализации социальной ответственности бизнеса	сопровождающееся отдельными ошибками владение	Высокий				
			Успешное и систематическое владение					
<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; <b>ПК-9</b> – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	знает (пороговый уровень)	подходы к исследованию поведения потребителей и принципы разработки стратегии организации	Отсутствие знаний	Пороговый				
			Фрагментарные знания					
			Неполные знания	Базовый				
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания					
	умеет (продвинутый)	оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идеи, анализировать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, а также внутреннюю документацию компаний	Сформированные и систематические знания	Высокий				
			Отсутствие умений	Пороговый				
			Частично освоенное умение					
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый				
	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение							
	владеет (высокий)	методами исследования товарного рынка, критериями оценки и выбора поставщиков, методами оценки и анализа стратегий организации	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								
Успешное и систематическое владение	Высокий							
				<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;	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований	Отсутствие знаний	Пороговый
							Фрагментарные знания	
							Неполные знания	Базовый
Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания								
умеет (продвинутый)	разрабатывать проекты в профессиональной деятельности с использованием	Сформированные и систематические знания	Высокий					
		Отсутствие умений	Пороговый					
		Частично освоенное умение						
		В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый					
В целом успешное, но								



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		современных и малобюджетных средств и участвовать в них	содержащее отдельные пробелы умение	Высокий
			Успешное и систематическое умение	
	владеет (высокий)	оценкой эффективности проектной деятельности	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
Успешное и систематическое владение	Высокий			
<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	знает (пороговый уровень)	основы формирования и построения логистических цепей и схем в торговых организациях	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	умеет (продвинутый)	оценивать логистическую инфраструктуру	Сформированные и систематические знания	Высокий
			Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение			
	владеет (высокий)	способностью участвовать в выборе и формировании оптимальных логистических цепей и схем в торговых организациях	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				
Успешное и систематическое владение	Высокий			

**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

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

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

**Форма проведения аттестации** по итогам практики: публичная защита отчета.

**Методические указания по составлению отчета по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, 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)
3. Разработка подхода к исследованию
4. Выделение концепций современного маркетинга / торговли и их характеристика
5. Результаты экспертного опроса
6. Описание техники проведения исследований
7. Заключение
8. Список использованных источников
9. Глоссарий
10. 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. 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>
2. 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>
3. 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>

4. 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>
5. 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>
6. 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>
7. 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>
8. 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

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</p>

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
	одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, 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:

<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 видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

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



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

**Составитель**

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики,

канд. экон. наук, доцент \_\_\_\_\_

Е.В. Носкова

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «29» июня 2016 г. № 12-3



## Форма титульного листа отчета о прохождении учебной 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 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 образования  
 «Дальневосточный федеральный университет»  
 (ДФУ)

**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 образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

### ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной  
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,  
коммерции и логистики

И.М. Романова

« 14 » 09 2017 г.

И.М. Романова

« 14 » 09 2017 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

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

Квалификация (степень) выпускника \_\_\_\_\_ бакалавр

г. Владивосток  
2017

## **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 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– 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 магистратуры (далее – ОС ВО ДВФУ) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, принят решением Ученого совета Дальневосточного федерального университета, протокол от 28.01.2016 № 01-16, и введен в действие приказом ректора ДВФУ от 04.04.2016 № 12-13-592.;

– устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;

– внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

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

Целями производственной практики являются:

- изучение практической деятельности предприятия в области использования методов логистической и маркетинговой деятельности и их влияния на финансовые результаты;
- закрепление теоретических знаний в области логистики и маркетинга;
- получение практических навыков в области будущей профессиональной деятельности;
- сбор информации для выпускной квалификационной работы.

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

Задачами производственной практики по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» является формирование навыков и умений в рамках следующих направлений профессиональной деятельности:

*организационно-управленческая деятельность:*

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;

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

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

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

- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;

- выбор и реализация стратегии ценообразования;

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

- обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;

- управление товарными запасами и их оптимизация;

- управление персоналом;

- анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);

- организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной, и (или) товароведной);

*проектная деятельность:*

- разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и (или) товароведения с использованием информационных технологий;

- участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;

- проектирование размещения торговых организаций;

*логистическая деятельность:*

- выбор или формирование логистических цепей в торговле;
- участие в разработке логистических схем в торговле;
- управление логистическими процессами.

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической деятельности) бакалавр должен приобрести опыт использования на практике научных методов исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий, анализа бизнес-процессов торговых предприятий.

Задачами производственной практики являются:

- ознакомиться с основными направлениями деятельности предприятия, его статусом;
- изучить организационно-управленческую структуру, место, роль и функции службы маркетинга, её связь с экономической и коммерческой службами;
- ознакомиться с нормативными актами, регламентирующими деятельность предприятия;
- изучить систему функционирования предприятия в условиях рыночной экономики, взаимосвязь внешней среды функционирования с финансовым, технологическим, кадровым потенциалами предприятия;
- оценить потенциальные возможности предприятия;
- провести SWOT-анализ;
- провести самостоятельные маркетинговые исследования;
- разработать стратегию маркетинга предприятия;
- наметить некоторые направления совершенствования деятельности предприятия в области маркетинга.



#### **4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической деятельности) является составной частью основной 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; логистической деятельности) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;
- способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;
- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;
- 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;

– 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;

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

– способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

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

– готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической деятельности) проходит в 6-м семестре, является первой из 3-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Содержание производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической 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; логистической деятельности) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Современные информационные технологии», «Маркетинг», «Основы

логистики», «Экономика фирмы», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования».

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической деятельности) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Торговый маркетинг», «Международный маркетинг», «Логистика складирования», «Логистика транспорта», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Управление цепями поставок».

**5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-  
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Вид практики – производственная практика.

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

Способ проведения – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

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

Местом проведения практики являются:

- сторонние организации, соответствующие профилю подготовки бакалавра, располагающие квалифицированными кадрами для руководства практикой, и необходимой материально-технической и информационной базой; предприятия (организации);

- учреждения различных форм собственности и правового статуса, масштабов деятельности, осуществляющие коммерческую деятельность: оптовые и розничные торговые предприятия, предприятия сферы услуг и другие предприятия различных организационно-правовых форм на основе прямых связей и договоров, заключенных между организацией и университетом;

- кафедра маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ.

Бакалавры, заключившие с предприятиями индивидуальные договоры, проходят практику в этих предприятиях.

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-5 - способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>– роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности, функции высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности;</li> <li>– основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих;</li> <li>– основные формы участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах;</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– адаптивные методы оценки инновативности служащих;</li> <li>– внутренняя культура организации и ее изменение в ходе инноваций;</li> <li>– основные типы корпоративных культур и степень их инновативности;</li> <li>– конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– формирование матрицы распределения обязанностей;</li> <li>– организационные формы реализации инновационных проектов;</li> <li>– сущность интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– принимать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности;</li> <li>– применять на практике основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом;</li> <li>- организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методами оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом;</li> <li>- способами интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>
ПК-6 – способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные методы ведения деловой беседы, механизм взаимодействия в совместной деятельности, этику и этикет делового общения, правила убеждения, выборы эффективной стратегии бесед и переговоров;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- практическими навыками делового общения, ораторским искусством, основами физиогномики и графологии, особенностями</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает	вербального и невербального общения; – методики оценки потребности в материально-технических ресурсах; управления товарными запасами и построения сбытовых каналов;
	Умеет	- определять оптимальный объем товарных запасов, организовывать работу сбытовых каналов;
	Владеет	- навыками закупки и продажи (сбыта) товаров, управления товарными запасами;
ПК-8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Знает	– понятие «качество обслуживания»; социально-экономические показатели, характеризующие уровень качества обслуживания;
	Умеет	- обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
	Владеет	- методом расчета интегрального показателя уровня качества обслуживания;
ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает	- основные стратегии организации;
	Умеет	- анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
	Владеет	- методами анализа, оценки и разработки стратегии организации;
ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Знает	– концепции, методы и функции логистики; – контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;
	Умеет	– анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; - анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;
	Владеет	– навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; – навыками контроля логистических издержек; - навыками прогнозирования.

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

Общая трудоемкость производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической деятельности) составляет 4 недели, 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)		Итого	Формы текущего контроля
			Аудиторная работа	Самостоятельная работа		
1.	Подготовительный этап (организационный)	Инструктаж по технике безопасности	2	2	4	Устный опрос, роспись в журнале учета
2.1	Производственный этап	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	4	64	68	Устный опрос
2.2.	Обработка и анализ полученной информации	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	4	64	68	Устный опрос
2.3	Подготовка отчета по практике	Написание и оформление отчета	4	64	68	Устный опрос
3.	Итоговый	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4	4	8	Защита отчета с оценкой
<b>Итого</b>			18	198	216	

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

**Задания для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым студентом самостоятельно**

Базами практики являются предприятия различных организационно-правовых форм, работающих в различных сферах: производственной, посреднической, финансовой. Базы практики определяются в соответствии с

индивидуальными целевыми договорами на подготовку специалистов. Направление студентов на практику оформляется приказом ректора, проект которого подготавливается выпускающей кафедрой за месяц до выхода студентов на практику.

Содержание практики зависит от места ее проведения и может быть организована на производственных, торговых, транспортных предприятиях, в консалтинговых, исследовательских, рекламных компаниях и других организациях.

Отчет составляется индивидуально каждым бакалавром и должен отражать его деятельность в период практики, а также должен соответствовать заданной структуре, основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученного практического опыта, выводами и предложениями по решению выделенных проблем.

### ***Содержание программы практики на базе предприятия***

#### ***1. Подготовительный этап.***

На этом этапе проводится 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. Производственный этап.***

На этом этапе осуществляется сбор и анализ материала в соответствии с индивидуальным заданием.

***2.1. Изучение деятельности предприятия и его основных подразделений:***

1. Организационная и правовая характеристика предприятия: описание статуса предприятия, его правовой основы, истории создания, указания года



создания, состава учредителей, местоположения предприятия, его юридического адреса.

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

3. Организационная структура управления предприятия: определить ее вид, оценить ее соответствие выполняемым функциям и задачам, стоящим перед предприятием, начертить схему управления (рисунок 1 Приложение 5), структурное построение служб, изучить их задачи и функции, провести анализ системы взаимоотношений между ними, описать функциональные обязанности основных служб, отделов или работников.

4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия: построить таблицу основных экономических показателей (таблица 1 Приложение 5). После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

5. 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.

6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы: показать динамику численности персонала, рассказать о кадровой политике предприятия, проанализировать состав работников предприятия по поло-возрастному признаку, по образованию и уровню профессиональной подготовки.

*2.2.1 Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в оптовых и мелкооптовых или производственных предприятиях*

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

обеспечивает доставку и хранение, предлагает различные услуги, связанные с доведением товара от производителя до потребителя), осуществляет производственную деятельность.

2. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация по организационному признаку, географическому расположению, специализации и т.д. Составить таблицу источников закупки товаров (количества поставщиков) в динамике за три года (таблицы 2 и 3).

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

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

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

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

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

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

9. Виды хозяйственных связей, имеющих место на предприятии. Составить таблицу количества заключенных договоров с поставщиками товаров в

зависимости от вида хозяйственных связей и их длительности и проанализировать ее.

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

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

12. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

13. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация по географическому признаку или по признаку специализации; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству покупателей товаров данного предприятия и проанализировать ее.

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

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

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

17. Характеристика информационных технологий, используемых в практике деятельности предприятия.

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

19. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

20. 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).

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

21. Анализ 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).

## 22. Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);

- анализ угроз со стороны внешней среды;

- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);

- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера, ;

- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;

- SWOT-анализ деятельности предприятия;

- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

*Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.*

### 2.2.2 Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в розничных торговых предприятиях

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10. Характеристика договорной работы предприятия, порядок и особенности заключения договоров (сделок); описать содержание договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие; изучить порядок и причины составления протокола разногласий к договору; изучить

содержание спецификации на поставку товаров. К отчету приложить копии всех вышеперечисленных и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров.

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

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

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

14. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

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

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

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

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

18. Характеристика информационных технологий, используемых в практике деятельности предприятия.

19. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

20. 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).

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

21. Анализ 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).

## 22. Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);

- анализ угроз со стороны внешней среды;

- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);

- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера;

- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;

- SWOT-анализ деятельности предприятия;

- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

*Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.*

### 2.2.3 Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими производственную практику на транспортных предприятиях

1. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка: к какому типу логистических провайдеров относится данное

предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет, их структура. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

2. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.

3. Состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов). Дать их техническую характеристику по типам, маркам, моделям. Составить таблицу по количеству единиц и их удельному весу в динамике за три года.

4. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов. Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

5. География перевозок грузов. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

6. Количество перевезенных контейнеров или вагонов. Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

7. Номенклатура перевозимых грузов. Для этого необходимо составить таблицу по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах руб. и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

8. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении. Для этого необходимо составить таблицы в экспортно-импортном сообщениях по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах руб., или количестве перевезенных контейнеров и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

9. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов. Составить таблицу количества принятых заявок от клиентов в динамике за три года и проанализировать ее.

10. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация. Классификацию можно дать по географическому признаку, признаку

специализации или иному признаку; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству клиентов данного предприятия и проанализировать ее.

11. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции. Описать виды и содержание заключаемых договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, перевозку которых осуществляет исследуемое предприятие. К отчету приложить копии договоров и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров с клиентами.

12. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющих на предприятии. Составить таблицы количества заключенных договоров с клиентами в зависимости от их видов и длительности хозяйственных связей в динамике за три года и проанализировать их.

13. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов. Проанализировать случаи нарушения условий договоров по срокам, своевременности и сохранности (бой, лом, порча). Составить таблицы проанализировать их.

14. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.

15. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.

16. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

17. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

18. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия. Выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия. Имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников компании логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста), то существует ли необходимость их внедрения и почему?).

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

21. Анализ 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).

22. Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);

- анализ угроз со стороны внешней среды;
- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);
- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера, ;
- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;
- SWOT-анализ деятельности предприятия;
- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.

*2.4 На этом этапе* практики студенты выполняют индивидуальное задание по специальности, выдаваемой непосредственным руководителем на месте практики. В отчете данный этап практики может быть отражен в виде описания личных функциональных обязанностей, реализуемых студентом на рабочем месте, и практических результатов, достигнутых в процессе прохождения практики.

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

*Завершающим этапом* практики становится оформление результатов, полученных за весь период практики, в виде итогового отчета.

Отчет принимается на кафедре руководителем практики и регистрируется методистом кафедры в журнале регистрации. Публичная защита отчетов проходит в сроки, установленные приказом по прохождению практики, с которым студенты знакомятся за месяц до начала практики.

Оценка результатов практики проводится по 5-балльной системе. При оценке результатов практики учитываются знание студентом методики анализа, умение оценить эффективность маркетинговой деятельности предприятия, самостоятельность расчетов, приобретенные практические навыки в работе с экономической документацией, трудовая и исполнительная дисциплина, знание нормативных актов, а так же используются критерии выставления оценки, приведенные во введении настоящей программы практики.

Если производственная практика оценивается неудовлетворительно, студент проходит ее вновь в свободное от учебных занятий время.

Результатом успешного прохождения практики являются:

- положительные характеристики качества работы студента руководителем практики от предприятия и кафедры,
- результаты контроля за прохождением практики и представленный дневник практики;
- своевременно представленный на кафедру отчет о прохождении практики.

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра в общем виде включает элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение с подписью руководителя практики от предприятия и печатью предприятия
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия

4. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.

5. Оглавление отчета, состоящее из вопросов программы практики;

6. 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.

7. Непосредственно содержание отчета с последовательным освещением всех вопросов программы практики;

8. Заключение.

9. Список использованных источников.

10. Приложения.

В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам.

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 всего документа или раздела. В последнем случае 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. Оформление таблиц должно соответствовать требованиям 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, послед чего он дает письменный отзыв

(характеристику) о выполнении студентом программы практики. Данный отзыв в краткой форме оформляется в дневнике практиканта, заверяется подписью руководителя практики от предприятия и печатью организации.

*Руководство практикой:*

*Обязанности кафедры, ответственной за организацию практики.*

В обязанности кафедры маркетинга, коммерции и логистики по организации, методическому руководству, согласованию программ практики с предприятиями-базами практики, назначению руководителей практики из числа профессорско-преподавательского состава, подготовке приказа о распределении студентов на практику, обеспечению предприятий и самих студентов программами практики. В обязанности кафедры может также входить проведение организационного собрания студентов-практикантов и руководителей практики по разъяснению целей, содержания, порядка и контроля прохождения практики

*Обязанности руководителя ОП*

Руководитель ООП определяет базы практик студентов, согласовывает их с заведующим кафедрой и представляет директору Школы для заключения договоров с работодателями.

*Обязанности руководителя практики – представителя вуза.*

- устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними

составляет план прохождения практики студенту, руководствуясь при этом утвержденным графиком учебного процесса по программе,

- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам или перемещении по видам работ;
- обеспечивает проведение организационных мероприятий, связанных с проведением практики (инструктаж по технике безопасности, о порядке прохождения практики, прохождении медкомиссии и т.д.);



- осуществляет контроль над соблюдением сроков практики и ее содержания;
- контролирует выполнение практикантами правил внутреннего распорядка;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к курсовой и выпускной квалификационной работам, магистерской диссертации;
- оценивает результаты выполнения студентами программы практики.

На основании отчета и его защиты выставляется дифференцированный зачет.

*Функции предприятия – базы практики и обязанности руководителя практики – представителя предприятия.*

Руководитель практики от предприятия должен принять меры, необходимые для обеспечения эффективного прохождения практики, порядок возложения функций руководителя практики от предприятия на высококвалифицированных специалистов определенных структурных подразделений. В свою очередь руководитель практики - представитель предприятия (организации) распределяет студентов по рабочим местам, контролирует соблюдение трудовой и производственной дисциплины практикантами, знакомит с организацией работ на конкретном рабочем месте, контролирует ведение дневников, подготовку отчетов, составление студентами отчетов о практике. На крупном предприятии руководитель практики – представитель предприятия может возложить руководство практикой на работников подразделения, где непосредственно работает студент. В этом случае за каждым работником – руководителем практикой в подразделении закрепляется не более четырех-пяти студентов.

По итогам практики руководитель практики – представитель предприятия и непосредственные руководители в подразделениях готовят и производственную характеристику – отзыв от предприятия (организации). Данный отзыв прилагается к отчету о практике или заносится в соответствующий раздел Дневника практики.

*Отзыв руководителя практики может отражать следующие моменты:*

- Характеристика бакалавра как специалиста, овладевшего определенным набором профессиональных компетенций; способность к организаторской и управленческой деятельности, к творческому мышлению, инициативность и дисциплинированность.

- Отражены направления дальнейшего совершенствования, недостатки и пробелы в подготовке студента;

- Дается оценка выполнения студентом работ в баллах (по 5-ти балльной шкале).

*Права и обязанности студентов-практикантов.*

- обеспеченность рабочим местом;
- возможность обращения по всем возникающим проблемам и вопросам к руководителю практики – представителю предприятия и представителю вуза;

- возможность доступа к информации, необходимой для выполнения программы практики и т.д.

*Функциональные обязанности практиканта*

Перед началом практики студент должен:

1. Явиться в назначенное время на общее организационное собрание (инструктаж);

2. Получить в отделе практики ДВФУ направление в принимающую организацию;

3. Получить от преподавателя - руководителя практики от кафедры индивидуальное задание, необходимые инструкции и консультации;

4. Изучить предусмотренные программой практики материалы.

*Студент обязан осуществлять:*

- ведение Дневника практики, выполнение намеченной программы (Приложение 2);

- подчинение правилам внутреннего распорядка, действующим на базовом предприятии;
- соблюдение правил техники безопасности и производственной санитарии;
- представление в установленном порядке руководителю практики обязательных документов о прохождении практики.

*Контроль* за прохождением практики осуществляется как со стороны кафедры, так и со стороны предприятия. При выявленных нарушениях может стоять вопрос об отчислении студента из института.

*Отчет* защищается бакалавром в ходе личного собеседования с руководителем практики (т.е. научным руководителем) в установленные сроки. В процессе защиты отчета по практике студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

На основании отчета и его защиты выставляется дифференцированный зачет. Оценка практики выставляется в ведомость руководителем практики и заносит ее в зачетную книжку.

*Критериями оценки* являются:

–уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности конкретного предприятия (организации, учреждения);

–качество отчета по итогам практики, полнота его содержания и его соответствие требованиям, предъявляемым к оформлению работ данного типа;

–уровень овладения студентами профессиональными компетенциями, предусмотренными учебным планом;

–уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по технологической практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к защите выпускной квалификационной работы.

**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; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

**Паспорт фонда оценочных средств**

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенции	
ПК-5 – Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности. Функции высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности;</li> <li>– основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих;</li> <li>– основные формы участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах;</li> <li>– адаптивные методы оценки инновативности служащих;</li> <li>– внутренняя культура организации и ее изменение в ходе инноваций;</li> <li>– основные типы корпоративных культур и степень их инновативности;</li> <li>– конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– формирование матрицы распределения обязанностей;</li> <li>– организационные формы реализации инновационных проектов;</li> <li>– интеграция организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>
	уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– принимать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности;</li> <li>– применять на практике основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом;</li> <li>– организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;</li> </ul>
	владеть	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методами оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом;</li> <li>– способами интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенции	
ПК-6 – Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	знать	– основные методы ведения деловой беседы, механизм взаимодействия в совместной деятельности, этику и этикет делового общения, правила убеждения, выборы эффективной стратегии бесед и переговоров;
	уметь	– выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;
	владеть	– практическими навыками делового общения, ораторским искусством, основами физиогномики и графологии, особенностями вербального и невербального общения;
ПК-7 – Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	знать	– методики оценки потребности в материально-технических ресурсах; – управления товарными запасами и построения сбытовых каналов;
	уметь	– определять оптимальный объем товарных запасов, организовывать работу сбытовых каналов;
	владеть	– навыками закупки и продажи (сбыта) товаров, управления товарными запасами;
ПК-8 – Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	знать	– понятие «качество обслуживания»; – социально-экономические показатели, характеризующие уровень качества обслуживания;
	уметь	– обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;
	владеть	– методом расчета интегрального показателя уровня качества обслуживания;
ПК-9 – Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	знать	– основные стратегии организации;
	уметь	– анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
	владеть	– методами анализа, оценки и разработки стратегии организации;
ПК-15 – Готовность участвовать в выборе и формировании логистических целей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	знать	– концепции, методы и функции логистики; – контроль и управление в логистике, – особенности логистики в торговле;
	уметь	– анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; – анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;
	владеть	– навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; – навыками контроля логистических издержек; – навыками прогнозирования;

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Подготовительный этап (организационный)	ПК-5.	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности. Функции высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности;</li> <li>– основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих;</li> <li>– основные формы участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах;</li> <li>– адаптивные методы оценки инновативности служащих;</li> <li>– внутренняя культура организации и ее изменение в ходе инноваций;</li> <li>– основные типы корпоративных культур и степень их инновативности;</li> <li>– конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– формирование матрицы распределения обязанностей;</li> <li>– организационные формы реализации инновационных проектов;</li> <li>– интеграция организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт 1-5
<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принимать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности;</li> <li>– применять на практике основные методы стимулирования</li> </ul>					

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
			<p>инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом;</li> <li>– организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;</li> </ul> <p>Владет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом;</li> <li>– способами интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>		
1		ПК-6	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные методы ведения деловой беседы,</li> <li>– механизм взаимодействия в совместной деятельности,</li> <li>– этику и этикет делового общения, правила убеждения,</li> <li>– выборы эффективной стратегии бесед и переговоров;</li> </ul> <p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры,</li> <li>– заключать договора и контролировать их выполнение;</li> </ul> <p>Владет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практическими навыками делового общения,</li> <li>– ораторским искусством, основами физиогномики</li> </ul>	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт 1-7

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
			и графологии, – особенностями вербального и невербального общения;		
		ПК-7	Знает – методики оценки потребности в материально-технических ресурсах; – управления товарными запасами и построения сбытовых каналов;		
			Умеет – определять оптимальный объем товарных запасов, – организовывать работу сбытовых каналов;		
			Владет – навыками закупки и продажи (сбыта) товаров, – управления товарными запасами;		
2	Производственный этап	ПК-8	Знает – понятие «качество обслуживания»; – социально-экономические показатели, характеризующие уровень качества обслуживания;	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт № 6- 24
			Умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;		
			Владет методом расчета интегрального показателя уровня качества обслуживания;		
		ПК-9	Знает основные стратегии организации;		
			Умеет идентифицировать стратегии, реализуемые предприятием, и проводить стратегический анализ		
			Владет методами анализа, оценки и разработки стратегии организации;		
3	Итоговый		Знает – концепции, методы и функции логистики; – контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт № 1-25



№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуто чная аттестация
		ПК-15	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли;</li> <li>анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;</li> </ul> <p>Владет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента;</li> <li>– навыками контроля логистических издержек;</li> <li>навыками прогнозирования;</li> </ul>		

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

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-5 - способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	<b>знает (пороговый уровень)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности, функции высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности;</li> <li>– основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих;</li> <li>– основные формы участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах;</li> <li>– адаптивные методы оценки инновативности служащих;</li> <li>– внутренняя культура организации и ее изменение в ходе инноваций;</li> <li>– основные типы корпоративных культур и степень их инновативности;</li> <li>– конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– формирование матрицы распределения обязанностей;</li> <li>– организационные формы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знание роли руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности, функций высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности; основных методов стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих;</li> <li>– основных форм участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах;</li> <li>– адаптивных методов оценки инновативности служащих;</li> <li>– внутренней культуры организации и ее изменений в ходе инноваций;</li> <li>– основных типов корпоративных культур и степеней их инновативности;</li> <li>– конкретных функций менеджмента в инновационной сфере; процесса формирования матрицы распределения обязанностей;</li> <li>– организационных форм реализации инновационных проектов; сущности интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность перечислить и охарактеризовать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности, функции высшего звена управления и выделение руководителей по степени инновативности; основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих;</li> <li>– основных форм участия низового звена управления и служащих в инновационных проектах;</li> <li>– адаптивные методы оценки инновативности служащих;</li> <li>– внутреннюю культуру организации и ее изменение в ходе инноваций;</li> <li>– основные типы корпоративных культур и степень их инновативности;</li> <li>– конкретные функции менеджмента в инновационной сфере;</li> <li>– процесс формирования матрицы распределения обязанностей;</li> <li>– организационные формы реализации инновационных проектов; сущность интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;</li> </ul>

		реализации инновационных проектов; сущность интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;	организационные структуры;	
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	– понимать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности; – применять на практике основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере; – обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом; – организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;	– умение понимать роль руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности; применять на практике основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере; обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом; организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;	– способность осуществлять понимание роли руководителя в процессе повышения эффективности инновационной деятельности; способность применять на практике основные методы стимулирования инновационной активности менеджеров и служащих, конкретные функции менеджмента в инновационной сфере; обосновывать выбор организационной формы управления инвестиционным проектом; организовывать групповую работу по разработке инновационного проекта на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	– методами оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом; – способами интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;	– владение методами оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом; способами интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;	– способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы оценки инновативности служащих, навыками формирования команды управления проектом; способы интеграции организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры;
ПК-6 – способность выбирать	<b>знает</b>	- основные методы ведения	- знание основных методов	- способность перечислить и

деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	<b>(пороговый уровень)</b>	деловой беседы, механизм взаимодействия в совместной деятельности, этику и этикет делового общения, правила убеждения, выборы эффективной стратегии бесед и переговоров;	ведения деловой беседы, механизма взаимодействия в совместной деятельности, этики и этикета делового общения, правил убеждения, выборов эффективной стратегии бесед и переговоров;	охарактеризовать основные методы ведения деловой беседы, механизм взаимодействия в совместной деятельности, этику и этикет делового общения, правила убеждения, выборы эффективной стратегии бесед и переговоров;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;	- умение выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;	- способность осуществлять выбор деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- практическими навыками делового общения, ораторским искусством, основами физиогномики и графологии, особенностями вербального и невербального общения;	- владение практическими навыками делового общения, ораторским искусством, основами физиогномики и графологии, особенностями вербального и невербального общения;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать практические навыки делового общения, ораторское искусство, основы физиогномики и графологии, особенности вербального и невербального общения;
ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- методики оценки потребности в материально-технических ресурсах; управления товарными запасами и построения сбытовых каналов;	- знание основных методик оценки потребности в материально-технических ресурсах и управления товарными запасами и построения сбытовых каналов;	- способность перечислить и охарактеризовать методики оценки потребности в материально-технических ресурсах и управления товарными запасами и построения сбытовых каналов;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- определять оптимальный объем товарных запасов, организовывать работу сбытовых каналов;	- умение определять оптимальный объем товарных запасов, организовывать работу сбытовых каналов;	- способность определять оптимальный объем товарных запасов, организовывать работу сбытовых каналов;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- навыками закупки и продажи (сбыта) товаров, управления товарными запасами;	- владение навыками закупки и продажи (сбыта) товаров, управления товарными запасами;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать навыки закупки и продажи (сбыта) товаров, управления товарными запасами;
ПК-8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- понятие «качество обслуживания»; социально-экономические показатели, характеризующие уровень качества обслуживания;	- знание понятия «качество обслуживания»; социально-экономических показателей, характеризующих уровень качества обслуживания;	- способность перечислить и охарактеризовать понятие «качество обслуживания»; социально-экономические показатели, характеризующие уровень качества обслуживания;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- обеспечивать необходимый уровень качества торгового	- умение обеспечивать необходимый уровень качества	- способность обеспечивать необходимый уровень качества торгового

	<b>уровень)</b>	обслуживания;	торгового обслуживания;	обслуживания;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- методом расчета интегрального показателя уровня качества обслуживания;	- владение навыками использования метода расчета интегрального показателя уровня качества обслуживания;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать метод расчета интегрального показателя уровня качества обслуживания;
ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- основные стратегии организации;	- знание основных стратегий организации;	- способность перечислить и охарактеризовать основные стратегии организации;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;	- умение анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;	- способность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- методами анализа, оценки и разработки стратегии организации;	- владение методами анализа, оценки и разработки стратегии организации;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы анализа, оценки и разработки стратегии организации;
ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	<b>знает (пороговый уровень)</b>	– концепции, методы и функции логистики; – контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;	– знание концепций, методов и функций логистики; процессов контроля и управления в логистике, особенностей логистики в торговле;	– способность перечислить и охарактеризовать концепции, методы и функции логистики; процесс контроля и управления в логистике, особенности логистики в торговле;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	– анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; - анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;	– анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; - анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;	– анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; - анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	– навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; – навыками контроля логистических издержек; - навыками прогнозирования.	– навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; – навыками контроля логистических издержек; - навыками прогнозирования.	– навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; – навыками контроля логистических издержек; - навыками прогнозирования.

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой и логистической деятельности)**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в организационно-управленческой; логистической деятельности) проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий: собеседование по основным этапам практики отчёта по производственной практике и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- собеседование по заданным вопросам по разделам (этапам) практики;
- степень усвоения теоретических знаний оценивается через систему устных ответов, собеседования по заданным вопросам;
- результаты самостоятельной работы оценивается через систему подготовки разделов отчёта.

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

**Практика на базе предприятия**

**Раздел 1 Характеристика предприятия**

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Характеристика основных видов деятельности предприятия
3. Организационная структура управления предприятия
4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.
5. Характеристика материально - технической базы предприятия
6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы.

7. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация

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

9. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.

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

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

12. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

13. Характеристика договорной работы предприятия с поставщиками, порядок и особенности заключения договоров (сделок) Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.

14. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

15. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями.

## **Раздел 2 Оценка деятельности предприятия**

1. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.

2. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация

3. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров

4. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

5. Характеристика складской деятельности предприятия.

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

7. Критическая оценка деятельности предприятия.
8. Характеристика логистической деятельности предприятия.
9. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей.
10. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия
11. Источники закупки товаров предприятия, их классификация
12. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
13. Методы изучения спроса, используемые на предприятии..
14. Способы подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.
15. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.
16. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии.
17. Характеристика договорной работы предприятия, порядок и особенности заключения договоров (сделок)
18. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.
19. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.
20. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями.
21. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.
22. Порядок организации работы с покупателями.
23. Характеристика складской деятельности предприятия.
24. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.
25. Критическая оценка деятельности предприятия.
26. Характеристика логистической деятельности предприятия.



27. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка.
28. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.
29. Состав и структура транспортных средств или контейнерного парка (или судов).
30. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов.
31. География перевозок грузов.
32. Количество перевезенных контейнеров или вагонов.
33. Номенклатура перевозимых грузов.
34. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении.
35. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов.
36. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация.
37. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции.
38. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющих на предприятии.
39. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии.
40. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.
41. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия

42. Организационная структура службы маркетинга на предприятии. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга. В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.

43. Положение о службе маркетинга.

44. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.

45. Перечень поставщиков товаров и услуг.

46. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.

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

48. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.

49. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.

50. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

51. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.

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

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

54. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

### **Раздел 3 Рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия**

1. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.

2. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

3. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

4. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия.

5. Характеристика логистической деятельности предприятия.

6. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия в рамках товарной политики, политик продвижения, ценообразования и сбыта.

### **Практика на базе кафедры**

1. Понятие рынка и рыночных исследований

2. Подход к исследованию рынка

3. Методы исследования рынка

4. Методы анализа рынка

5. Процесс исследования рынка

6. Методы качественных исследований

7. Методы количественных исследований

8. Этапы формирования выборки

9. Методы формирования выборки

10. Требования к составлению отчета по исследованию

11. Понятие конъюнктуры рынка

12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка

13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка

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

15. Виды лояльности потребителей.

16. Методики определения рыночной доли

17. Методики определения емкости рынка

18. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике

19. Методы качественных исследований, использованные на

практике

20. Методы количественных исследований, использованные на практике

21. Инструментарий исследования, разработанный на практике

22. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка

### **Критерии оценки (устный ответ)**

100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

84-65 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

64-45- балл - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько

ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

45-0 баллов - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по производственной практике проводится на 3 курсе в 6 семестре в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусмотрен зачет с оценкой в форме защиты отчёта.

Отчет защищается бакалавром в ходе личного собеседования с руководителем практики (т.е. научным руководителем) в установленные сроки. В процессе защиты отчета по практике студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

На основании отчета и его защиты выставляется дифференцированный зачет с оценкой. Оценка практики выставляется в ведомость руководителем практики и заносит ее в зачетную книжку.

*Критериями оценки являются:*

–уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности конкретного предприятия (организации, учреждения);

–качество отчета по итогам практики, полнота его содержания и его соответствие требованиям, предъявляемым к оформлению работ данного типа;

–уровень овладения студентами профессиональными компетенциями, предусмотренными учебным планом;

–уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по производственной практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к защите выпускной квалификационной работы.

## **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

### **Вопросы для собеседования на зачёт с оценкой**

#### **Практика на базе предприятия**

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Характеристика основных видов деятельности предприятия
3. Организационная структура управления предприятия
4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.
5. Характеристика материально - технической базы предприятия
6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы.
7. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация
8. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
9. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
10. Способы подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.
11. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.
12. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

13. Характеристика договорной работы предприятия с поставщиками, порядок и особенности заключения договоров (сделок) Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.

14. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

15. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями.

16. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.

17. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация

18. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров

19. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

20. Характеристика складской деятельности предприятия.

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

22. Критическая оценка деятельности предприятия.

23. Характеристика логистической деятельности предприятия.

24. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей.

25. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия

26. Источники закупки товаров предприятия, их классификация

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

28. Методы изучения спроса, используемые на предприятии..

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

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

31. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии.

32. Характеристика договорной работы предприятия, порядок и особенности заключения договоров (сделок)

33. Виды хозяйственных связей, имеющих место на предприятии.

34. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

35. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями.

36. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.

37. Порядок организации работы с покупателями.

38. Характеристика складской деятельности предприятия.

39. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

40. Критическая оценка деятельности предприятия.

41. Характеристика логистической деятельности предприятия.

42. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка.

43. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.

44. Состав и структура транспортных средств или контейнерного парка (или судов).

45. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов.

46. География перевозок грузов.

47. Количество перевезенных контейнеров или вагонов.

48. Номенклатура перевозимых грузов.



49. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении.

50. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов.

51. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация.

52. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции.

53. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющихся на предприятии.

54. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии.

55. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.

56. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.

57. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

58. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

59. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия.

60. Характеристика логистической деятельности предприятия

61. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия.

62. Организационная структура службы маркетинга на предприятии.

63. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга.  
В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.

64. Положение о службе маркетинга.

65. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.

66. Перечень поставщиков товаров и услуг.

67. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.

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

69. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.

70. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.

71. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

72. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.

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

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

75. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

### **Практика на базе кафедры**

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований
7. Методы количественных исследований
8. Этапы формирования выборки

9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. 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.

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);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с места прохождения практики.

### **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

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

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

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

*Содержание отчета.* Отчет по производственной практике должен включать следующие обязательные элементы:

1. Титульный лист (Приложение 1).
2. Путевка или справка-подтверждение с подписью руководителя практики от предприятия и печатью предприятия
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия

4. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия (Приложение 2).

5. Оглавление отчета, состоящее из вопросов программы практики (Приложение 3);

6. 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.

7. Непосредственно содержание отчета с последовательным освещением всех вопросов программы практики;

8. Заключение.

9. Список использованных источников.

10. Приложения.

Рассмотрим требования к содержанию каждого отдельного элемента отчета.

- *Введение*, в котором излагаются цели и задачи производственной практики, занимает 2-3 стр. и имеет следующую структуру: обоснование актуальности исследования, цели и конкретные задачи производственной практики, описание теоретической и методологической основы (глубины проработки темы), краткая характеристика структуры отчета. Во введении не следует приводить определения, размещать таблицы и рисунки.

*1 Характеристика деятельности предприятия:*

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

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

– Организационная структура управления предприятия: определить ее вид, оценить ее соответствие выполняемым функциям и задачам, стоящим перед предприятием, начертить схему управления (рисунок 1 Приложение 5), структурное построение служб, изучить их задачи и функции, провести анализ системы взаимоотношений между ними, описать функциональные обязанности основных служб, отделов или работников.

– Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия: построить таблицу основных экономических показателей (таблица 1 Приложение 5). После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

– 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.

– Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы: показать динамику численности персонала, рассказать о кадровой политике предприятия, проанализировать состав работников предприятия по поло-возрастному признаку, по образованию и уровню профессиональной подготовки.

### *2.1 Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в оптовых и мелкооптовых или производственных предприятиях*

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

2. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация по организационному признаку, географическому

расположению, специализации и т.д. Составить таблицу источников закупки товаров (количества поставщиков) в динамике за три года (таблицы 2 и 3).

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

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

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

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

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

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

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

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



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

12. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

13. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация по географическому признаку или по признаку специализации; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству покупателей товаров данного предприятия и проанализировать ее .

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

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

16. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение,

техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.

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

18. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

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

21. Анализ 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).

22. Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);
- анализ угроз со стороны внешней среды;
- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);
- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера, ;
- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;
- SWOT-анализ деятельности предприятия;
- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.

## *2.2 Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими практику в розничных торговых предприятиях*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

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

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

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

18. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

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

21. Анализ 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).

22. Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);
- анализ угроз со стороны внешней среды;
- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о

конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);

- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера, ;

- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;

- SWOT-анализ деятельности предприятия;

- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.

### *2.3 Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими производственную практику на транспортных предприятиях*

1. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка: к какому типу логистических провайдеров относится данное предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет, их структура. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

2. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.

3. Состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов). Дать их техническую характеристику по типам, маркам, моделям. Составить таблицу по количеству единиц и их удельному весу в динамике за три года .

4. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов. Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

5. География перевозок грузов. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

6. Количество перевезенных контейнеров или вагонов. Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

7. Номенклатура перевозимых грузов. Для этого необходимо составить таблицу по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах руб. и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее .

8. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении. Для этого необходимо составить таблицы в экспортно-импортном сообщениях по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах р., или количестве перевезенных контейнеров и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

9. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов. Составить таблицу количества принятых заявок от клиентов в динамике за три года и проанализировать ее.

10. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация. Классификацию можно дать по географическому признаку, признаку специализации или иному признаку; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству клиентов данного предприятия и проанализировать ее .

11. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции. Описать виды и содержание заключаемых договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, перевозку которых осуществляет исследуемое предприятие. К отчету приложить копии договоров и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров с клиентами.



12. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющих на предприятии. Составить таблицы количества заключенных договоров с клиентами в зависимости от их видов и длительности хозяйственных связей в динамике за три года и проанализировать их.

13. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии. Изучить причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов. Проанализировать случаи нарушения условий договоров по срокам, своевременности и сохранности (бой, лом, порча). Составить таблицы проанализировать их.

14. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.

15. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.

16. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

17. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

18. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия. Выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

19. Характеристика логистической деятельности предприятия. Имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников компании логистические функции. Если на предприятии

нет логистики (логистического отдела или логиста), то существует ли необходимость их внедрения и почему?).

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

21. Анализ 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).

22. Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);
- анализ угроз со стороны внешней среды;
- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);

- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера);
- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;
- SWOT-анализ деятельности предприятия;
- предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

Примечание: Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики.

#### *4. Индивидуальное задание*

- описание индивидуального задания и результатов его выполнения.

*5 Разработка рекомендаций по совершенствованию логистической или маркетинговой деятельности предприятия.*

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

- *Заключение*, в котором описываются основные выводы и проблемы, с которыми столкнулся практикант.
- *Список использованных источников.*
- *Приложение*

*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.

**10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ  
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО  
ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ОРГАНИЗАЦИОННО-  
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ; ЛОГИСТИЧЕСКОЙ 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/catalog.php?bookinfo=511979>
2. Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373>. ISSN 2227-8397
3. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>)
4. Основы логистики: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, В.Д. Жариков. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: ил.; <http://znanium.com/go.php?id=463029>
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<sup>о</sup>», 2013. - 284 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>)
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. – 634 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)

7. Соловьев, Б.А. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=407721>

### **Дополнительная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок/ Ж.Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 718 с.  
(<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359058&theme=FEFU>)

2. 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>)

3. 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>)

4. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с.  
(<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>)

5. Романова, И.М. Маркетинг инноваций : учебное пособие / И. М. Романова, Е. В. Носкова ; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента. Владивосток : Изд. дом Дальневосточного федерального университета, 2012. - 139 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:678508&theme=FEFU>

6. Романова, И.М. Торговый маркетинг: учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2011. – 308 с.  
(<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359165&theme=FEFU>)

7. 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>)

8. Третьяк, В. П. Маркетинг: Учебник / Под ред. В.П. Третьяка. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 368 с. Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=319701>

## **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**

### **Интернет**

1. Электронно-библиотечная система НИЦ "ИНФРА-М" Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система  
<http://www.iprbookshop.ru/elibrary.html>
3. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) и SCIENCE INDEX <http://elibrary.ru/>
4. Журналы Freedom Collection: Открыт доступ ко всем коллекциям архивных журналов Elsevier (с первого тома, первого выпуска журналов, входящих в коллекцию, по 1995 год включительно). <http://www.sciencedirect.com/>
5. Бюджетная система РФ [www.budgetrf.ru](http://www.budgetrf.ru)
6. «Консультант Плюс» [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
7. Развитие бизнеса.Ру [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru)
8. Система Гарант [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
9. Все о розничной торговле <http://www.retail.ru/>
10. Маркетинговые исследования и аналитические материалы [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru)
11. Реклама, маркетинг, PR [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
12. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов <http://marketing-now.ru>.

13. Информационный портал «Торговый маркетинг» - содружество русскоязычных специалистов по торговому маркетингу, БТЛ и стимулированию сбыта; учебное пособие для начинающих трейд-маркетологов; площадка для обсуждения актуальных проблем торгового маркетинга: промо акции, мерчандайзинг, выкладка товара, управление запасами, рекламные материалы; возможность получить и дать безвозмездную консультацию по вопросам, касающимся торгового маркетинга и стимулирования сбыта, написать личное сообщение члену сообщества; источник свежих цеховых новостей; место поиска работы, сотрудников и исполнителей проектных заданий <http://trademarketing.ru>.

14. Компания Продажи.ру содействует владельцам и топ-менеджерам компаний в повышении эффективности бизнеса. Продажи.ру специализируется на проведении корпоративных тренингах, семинарах и бизнес-консалтинге <http://prodaji.ru>.

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

16. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. Представлена информация о её деятельности, прочитаете статьи и другие информационные материалы, узнаете, где можно купить полезную литературу, какие обучающие программы можно посетить, а также сможете пообщаться в форуме с коллегами по розничному цеху. <http://www.retailclub.ru>.

## Перечень информационных технологий и программного обеспечения

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

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

канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Е.Б. Кметь

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол от «26» июля 2017 г. № 9/1.

**Форма титульного листа отчета по практике**

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;  
логистической деятельности)

Выполнил студент гр. ....  
\_\_\_\_\_ А.Д.Иванов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись

Регистрационный № \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

Практика пройдена в срок  
с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.  
по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.  
на кафедре маркетинга, коммерции и  
логистики ШЭМ ДВФУ

\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись



Пример оформления оглавления отчета о практике

Оглавление

Введение.....	3
1 Общая организационно-экономическая характеристика ООО «В-Лазер».....	5
2 Анализ деятельности ООО «В-Лазер» ( <i>создать подразделы в главе в соответствии с вопросами программы практики</i> ).....	14
4 Характеристика индивидуального задания по практике .....	28
5 Рекомендации по совершенствованию деятельности ООО «В-Лазер»	36
Заключение.....	40
Список использованных источников.....	42
Приложения.....	44

**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; логистической 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.

Образцы оформления таблиц и рисунков к отчету по практике

Таблица 1 – Основные экономические показатели деятельности ООО «Общее Управление» в 2014-2016 гг., тыс. р.

Показатели	Годы			Темп роста 2016/ 2014 гг.,%
	2014	2015	2016	
Выручка от продажи товаров, работ, услуг	4880	9145	11504	235,7
Себестоимость проданных товаров, работ, услуг	3767	6808	8533	226,5
Валовая прибыль	1113	2337	2971	266,9
Коммерческие расходы	737	846	1408	191
Прибыль (убыток) от продаж	376	1491	1563	416
Прочие доходы	3	3	3	-
Прочие расходы	13	13	17	130
Прибыль (убыток) до налогообложения	363	1481	1549	426,7
Налог на прибыль	91	357	374	410,9
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	272	1124	1175	431,9

Источник: [данные бухгалтерской отчетности ООО «Общее Управление»]

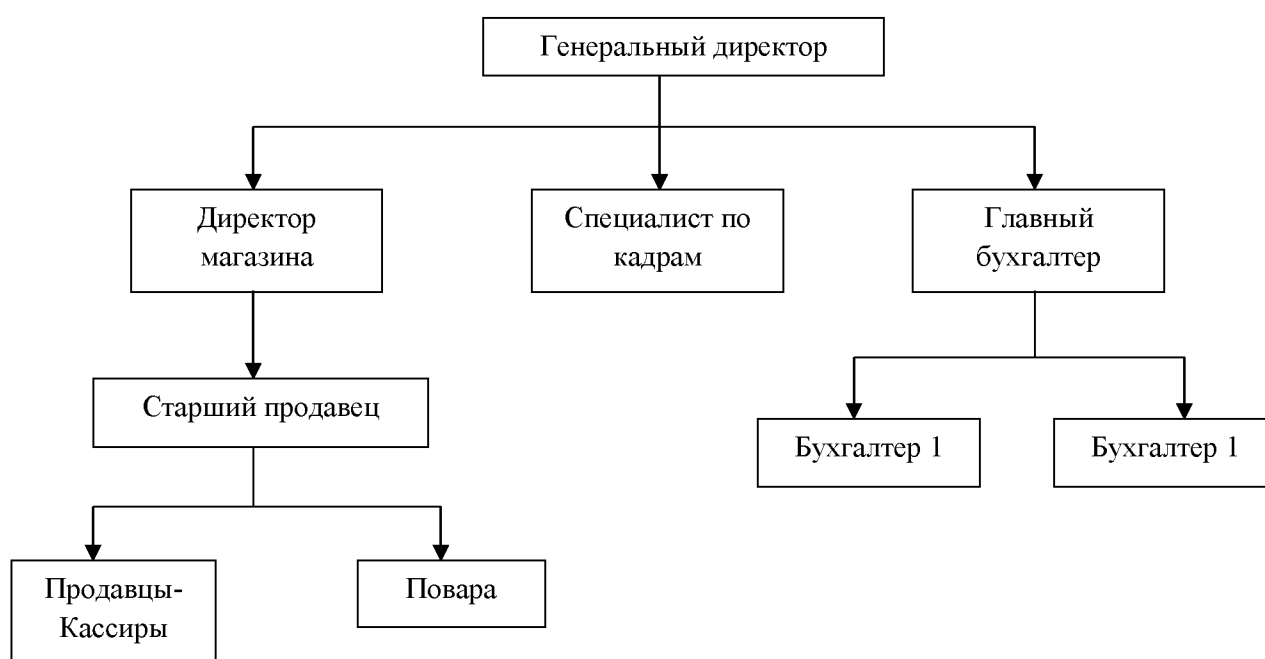


Рисунок 1 – Организационная структура управления

Таблица 2 – Классификация поставщиков товаров ООО «Компания Селкар» в 2015-2016 гг.

Поставщики	2015г.		2016г.		2016/2015 гг., %
	кол-во ед.	уд. вес, %	кол-во ед.	уд. вес, %	
Городские	21	21,2	23	21,5	109
Региональные	6	6	7	6,5	116
Общероссийские	72	72,8	77	72	107
Итого:	99	100	107	100	108

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «Компания Селкар»]

Таблица 3 – Динамика количества поставщиков ИП «Чепцов» в 2015-2016гг.

Поставщики	2015 г.		2016 г.		2016/2015гг., %
	кол-во ед.	уд.вес., %	кол-во ед.	уд.вес, %	
Производители	16	39	16	36,4	100
Посредники	25	61	28	63,6	112
Итого	41	100	44	100	107,3

Источник: [данные оперативной отчетности предприятия ИП «Чепцов»]

Таблица 4 – Структура объемов закупа товаров компанией ООО «Альфа-РЭК» в 2010-2012 гг.

Наименование товарной группы	2014г.		2015г.		2016г.		2016/2014гг., %
	тыс. р.	уд.вес, %	тыс. р.	уд.вес, %	тыс. р.	уд.вес, %	
Инструменты в коробках	1230	27,26	1560	27,9	2675	35,6	217,4
Щитовые приборы	575	12,74	635	11,3	723	9,6	125,7
Тумблеры	250	5,54	320	5,72	458	6,11	183,2
Боксы	170	3,76	230	4,1	264	3,52	155,2
Провода в ассортименте	860	19,06	1215	21,73	1323	17,6	153,8
Тиристоры	104	2,30	125	2,23	256	3,41	246,0
Конденсаты	239	5,29	252	4,5	321	4,28	134,3
Инструменты	956	21,18	1123	20,08	1256	16,76	131,3
Прочие	128	2,83	131	2,34	218	2,9	170,3
Всего товаров	4512	100	5591	100	7494	100	166,0

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «Альфа-РЭК»]

Таблица 5 – Количество договоров, заключённых ООО «Альфа-РЭК» с поставщиками в 2014-2016 гг.

Виды договоров	2014г.		2015г.		2016 г.		2014/ 2016гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Краткосрочные	9	40,9	6	26	3	15,0	33,3
Долгосрочные	7	31,1	8	34	9	45,0	128,0
Разовые сделки	6	27,3	9	39	8	40,0	133,3
Итого:	22	100	23	100	20	100	90,9

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «Альфа-РЭК»]

Таблица 6 – Динамика количества покупателей ОАО «Приморский кондитер» в 2014-2016 гг.

Покупатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014г г.,%
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Местные	493	29,0	546	27,8	611	27,0	123,9
Краевые	670	39,3	835	42,2	943	41,7	140,7
Общероссийские	541	31,7	593	30,0	705	31,3	130,3
Всего:	1704	100,0	1974	100,0	2259	100,0	132,5

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 7 – Динамика количества договоров, заключенных ИП «Чепцов» с покупателями в 2015-2016 гг.

Виды договоров	2015 г.		2016 г.		2016/2015, %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
Разовые	7	17,1	3	6,8	42,8
Краткосрочные	9	21,9	11	25	122,2
Долгосрочные	25	61	30	68,2	120
Итого:	41	100	44	100	107,3

Источник: [данные исследований автора]



Таблица 8 – Ассортимент и структура товарных запасов, хранящихся на складе ОАО «Приморский кондитер» в 2010–2012 гг.

Наименование товара	Наличие на складе на 01.01.						2016/ 2014 гг., %
	2014 г.		2015 г.		2016 г.		
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Шоколад	6 277	22,9	8 234	23,1	11 127	26,5	177,3
Конфеты	1 988	7,3	2 669	7,7	3 089	7,5	155,4
Мармелад	3 394	12,4	4 871	13,7	5 582	13,3	164,4
Карамель	8 735	31,9	10 072	28,3	11 178	26,6	127,9
Вафли	2 000	7,3	2 871	8,1	3 564	8,5	178,2
Прочие	5 000	18,3	5 907	16,6	6 506	15,5	130,1
Всего:	27 394	100,0	35 624	100,0	42 046	100,0	149,8

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 9 – Динамика наличия неходовых и залежалых товаров ООО «Общее Управление» в 2015-2016 гг.

Наименование товара	2014г.		2015г.		2016г.		2016/ 2014 гг., %
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд.вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	
Электролампы судовые	7,4	2,1	10,8	2,8	10,2	2,2	137,8
Коммутация	12,3	3,5	15,2	4,0	25,5	5,5	207,3
Кабельная продукция	24,5	6,9	26,0	6,8	14,5	3,2	59,2
Осветительное оборудование	45,2	12,8	50,2	13,2	65,3	14,2	144,5
Нагревательное оборудование	95,0	26,9	105,0	27,5	124,6	27,1	131,1
Реле	50,7	14,3	48,5	12,7	65,3	14,2	129,0
Приборы измерительные	80,0	22,6	84,7	22,2	100,8	21,9	126,0
Датчики уровня	38,3	10,8	41,2	10,8	54,1	11,8	141,4
Всего товаров	353,3	100,0	381,6	100,0	460,3	100,0	130,3

Источник: [данные исследований автора]

**Образцы оформления таблиц и рисунков к отчету  
по практике на транспортных организациях**

Таблица 10 – Состав и структура контейнерного парка ООО «ТехноЛогистик» в 2014-2016гг.

Тип контейнера	2014г.		2015г.		2016г.		2016/2014гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
20'DC	80	32	110	30,6	150	32	187,5
40'HC	120	48	170	47,2	200	42,5	166,6
40'U1	50	20	80	22,2	120	25,5	240,0
Итого:	250	100	360	100	470	100	188

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 11 – Парк автотягачей, имеющих в ООО «МКС Восток» в 2016 г.

Марка автомобиля	Модель	Тип	Мощность, л.с.	Кол-во, ед.
Freightliner	Century FLC-112	седельный тягач	355/410	2
	Century FLD-120	седельный тягач	355/410	2
	Argosy	седельный тягач	330	1
MAN	TGA	седельный тягач	390	1
МАЗ	54323	седельный тягач	330	1
	642205-020	седельный тягач	330	2
Итого:				9

Источник: [данные исследований автора]

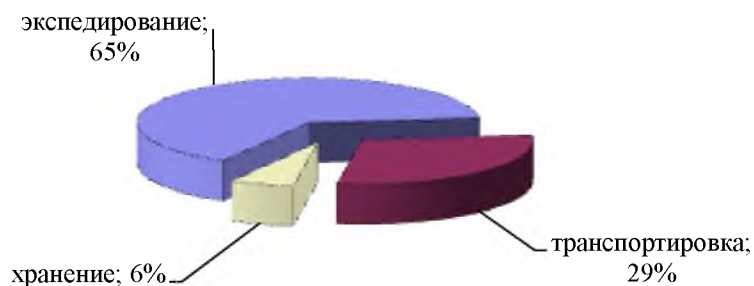


Рисунок 1 – Структура услуг, предоставляемых ООО «МКС Восток»

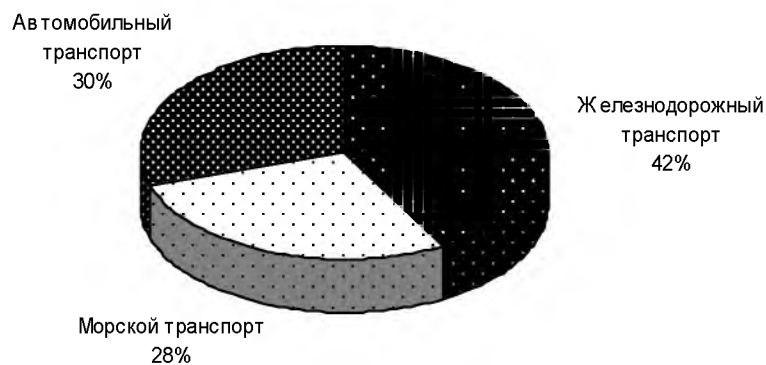


Рисунок 2 – Структура услуг, предоставляемых ООО «ВЛ Лоджистик» по видам транспорта в 2016 г., %

Таблица 12 – Динамика объемов грузоперевозок, осуществляемых ООО «МКС Восток» различными видами транспорта в 2014-2016 гг.

Вид перевозки	2014г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014 гг., %
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	
Железнодорожный транспорт	11590	78,7	10980	67,8	10560	60,4	91,1
Автомобильный транспорт	3137	21,3	5220	32,2	6936	39,6	221,1
Итого:	14727	100	16200	100	17496	100	118,8

Источник: [данные исследований автора]

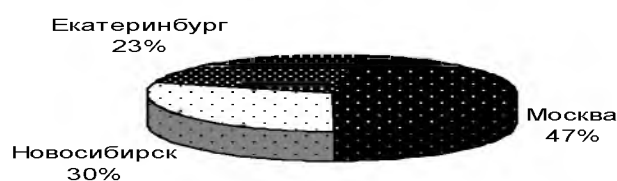


Рисунок 2 – Основные направления перевозки грузов ООО «ВЛ Лоджистик» железнодорожным транспортом в 2016 г., %

Таблица 13 – Динамика количества вагонов, перевезенных компанией ООО «ВЛ Лоджистик» в 2014-2016 гг.

Размер вагона	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
80-ти футовый	480	47	639	54	1022	48	213
60-ти футовый	324	32	340	39	764	36	235
40-ка футовый	217	21	196	17	350	16	161
Итого:	1021	100	1175	100	2136	100	209

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «ВЛ Лоджистик»]

Таблица 14 – Объемы и структура грузов, перевозимых ООО «ВЛ Лоджистик» железнодорожным видом транспорта в 2014-2016гг.

Наименование груза	2014 г.		2015г.		2016 г.		2016/2014 гг.,%
	объем груза, т	уд. вес, %	объем груза, т	уд. вес, %	объем груза, т	уд. вес, %	
Игрушки	4590	9	4645	9,5	4820	9,5	105
Автозапчасти	12600	26	10970	22,5	13560	27	108
Зерно	1950	4	1980	4	2000	4	102
Продукты питания	1684	3	1710	4	1700	3	101
Строительные материалы	7810	15,5	7518	15	7630	15	98
Химикаты	1639	3	1634	3	1640	3	101
Строительное оборудование	6572	13	6587	14	6690	13	102
Спортивный инвентарь	3760	7,5	3815	8	3810	7,5	101
Ткани и одежда	1154	2	1122	2	1200	2	104
Мебель	8320	17	8640	18	8384	16	101
Итого:	50079	100	48621	100	51434	100	103

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 15– Количество контейнеров, перевезенных ООО «ТехноЛогистик» в экспортном направлении в 2014-2016 гг.

Тип и размер контейнера	2014 г.		2015 г.		2016г.		2016/ 2014гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
20'DC	1200	91	2040	85	2400	80	200
40'HC	120	9	360	15	600	20	500
Итого:	1320	100	2400	100	3000	100	227,3

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 16 – Объемы и номенклатура грузов, перевезенных ООО «ТехноЛогистик» в импортном направлении в 2014-2016гг.

Наименование груза	2014г.		2015г.		2016г.		2016/ 2014гг , %
	тыс. т.	уд. вес, %	тыс. т.	уд. вес, %	тыс. т.	уд.вес, %	
Лифты	352,8	3	525,6	2	2190	5	620,7
Электротехника	1882	16	5256	20	7446	17	395,7
Спецтехники	2587	22	6307	24	10074	23	389,4
Автозапчасти	2822	24	4468	17	9198	21	325,9
Напольные покрытия	1176	10	3679	14	4818	11	409,7
Ламинат	235,2	2	1051	4	1314	3	558,7
Судоходное об-ие	1058	9	1840	7	2190	5	206,9
Гранитная плитка	1646	14	3154	12	6570	15	399,1
Итого:	11760	100	26280	100	43800	100	372,4

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 17 – Количество заявок, принятых компанией ООО «ВЛ Лоджистик» от клиентов в 2014 - 2016 гг.

Название отдела	2014г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
Отдел смешанных перевозок	2640	29	2700	29	3130	31,5	118
Отдел контейнерных перевозок	3030	33	2930	31,5	3220	32,5	106
Отдел перевозок сборных грузов	3470	38	3670	39,5	3575	36	103
Итого:	9140	100	9300	100	9925	100	108

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 18 – Динамика количества клиентов компании ООО «МКС Восток» в 2015-2016 гг.

Клиенты	2015 г.		2016 г.		2016/2015 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Всего:	57	100	98	100	171,9
в том числе:					
юридические лица	49	86,0	90	91,8	183,6
физические лица	8	14,0	8	8,2	100

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 19 – Количество договоров, заключенных компанией ООО «ВЛ Лоджистик» с клиентами в зависимости от длительности хозяйственных связей в 2014-2016 гг.

Виды договоров	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Разовые	3125	40	3340	40	3497	41	112
Краткосрочные	2445	31	2551	31	2572	30	105
Долгосрочные	2300	29	2405	29	2474	29	107
Итого:	7870	100	8296	100	8543	100	108

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «ВЛ Лоджистик»]

Таблица 20 – Динамика договоров, заключенных ООО «МКС Восток» с клиентами в 2015-2016 гг.

Виды договоров	2015 г.		2016 г.		2016/2015 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Всего:	49	100	79	100	161,2
в том числе:					
договоры ТЭО	34	69,4	56	70,9	164,7
договоры автомобильной перевозки	15	30,6	23	29,1	153,3

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 21 – Количество договоров, выполненных ООО «МКС Восток» с нарушениями временных показателей доставки грузов в 2014-2016 гг.

Договоры	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Нарушенных договоров всего	8	100	12	100	17	100	212,5
В том числе с нарушениями по:							
скорости доставки	7	87,5	10	83,4	14	82,4	200
Точности доставки	1	12,5	1	16,6	2	11,8	200
с выполнением графика перевозок	-	-	1	-	1	5,8	+1

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 22 – Количество договоров с клиентами, выполненных компанией ООО «МКС Восток» с нарушениями показателей сохранности грузов в 2014-2016 гг.

Договоры	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2016/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Нарушенных договоров всего	2	100	4	100	4	100	200
в том числе с:							
повреждением груза	2	100	4	100	3	75,0	150
кражей груза	-	-	-	-	-	-	-
загрязнением груза	-	-	-	-	1	25,0	+1

Источник: [данные исследований автора]



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

### ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной  
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,  
коммерции и логистики

И.М. Романова

«14» 09 2017 г.

И.М. Романова

«14» 09 2017 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Технологическая практика (в проектной; торгово-технологической  
деятельности)

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

Квалификация (степень) выпускника \_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_

г. Владивосток  
2017



# **1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ПРОЕКТНОЙ; В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

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, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

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

Целями производственной технологической практики (в проектной; в торгово-технологической деятельности) являются:

- получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности путем непосредственного участия обучающегося в деятельности организации;
- закрепить теоретические знания и собрать необходимые материалы для написания выпускной квалификационной работы;
- приобщение обучающегося к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Основными принципами проведения производственной практики студентов являются: интеграция знаний, профессионально-практической деятельности студентов.

## **3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В ПРОЕКТНОЙ; В ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

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

### **проектная деятельность:**

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

- прогнозирование бизнес-процессов и оценивание их эффективности

**торгово-технологическая деятельность:**

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
- организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учета;
- проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
- участие в работе по обеспечению и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;
- регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;
- организация материально-технического снабжения предприятия, технология и организация закупки и продажи (сбыта) товаров;
- участие в обеспечении товародвижения, его учете, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь;
- участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
- организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
- осуществление контроля качества и приемки товаров по количеству и качеству;
- участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
- обеспечение сохранности товаров в процессе их товародвижения;
- регулирование и контроль условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь;
- участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;

- соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;
- оформление и контроль правильности составления технической документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов);
- участие в прогнозировании спроса потребителей;
- анализ и оценка маркетинговой информации;
- оценка конъюнктуры товарного рынка.

#### **4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (В ПРОЕКТНОЙ; ТОРГОВО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) В СТРУКТУРЕ ОП**

Производственная технологическая практика (в проектной; торгово-технологической деятельности) является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.П2) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной технологической практики (в торгово-технологической деятельности) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);
- способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

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

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

– способность проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности;

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

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

Производственная технологическая практика (в проектной; торгово-технологической деятельности) проходит на 4 курсе в 8-м семестре, является третьей из 4-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Производственная технологическая практика (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: «Основы современных образовательных технологий», «Основы менеджмента», «Товароведение», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Культура торгового обслуживания», «Маркетинговые исследования», «Товароведение потребительских товаров», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Поведение

потребителей», «Основы логистики», «Логистика складирования», «Логистика закупок». «Управление цепями поставок», «Логистика запасов», «Логистика транспорта», «Управление продажами», «Электронная коммерция», «Управление транспортными системами», «Брендинг», «Мерчандайзинг». «Торговый маркетинг».

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

## **5. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (В ПРОЕКТНОЙ; ТОРГОВО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) В СТРУКТУРЕ ОП**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – технологическая (в проектной; в торгово-технологической деятельности)

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывно.

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

Место проведения практики – производственная 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.

Объектами технологической практики могут быть предприятия (организации) и учреждения различных форм собственности и правового статуса, масштабов деятельности, осуществляющие коммерческую деятельность: оптовые и розничные торговые предприятия, предприятия

сферы услуг и др. Технологическая практика проводится в предприятиях различных организационно-правовых форм на основе прямых связей и договоров, заключенных между организацией и университетом.

Бакалавры, заключившие с предприятиями индивидуальные договоры, проходят технологическую практику в этих предприятиях.

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.

## **6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (В ПРОЕКТНОЙ; ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

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

Планируемые результаты практики (Код, формулировка компетенций или элементов компетенций)	Формулировка компетенций	
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	Знает	ассортимент товаров и требования к их качеству, критерии оценки качества. Правила приемки товаров. Организацию учета товаров.
	Умеет	оценивать качество товаров, диагностировать дефекты. Контролировать правила хранения товаров, сохранение их качества. Вести приемку товаров по количеству и качеству, оформлять соответствующие документы.
	Владеет	инструментами управления ассортиментом товаров, методиками эффективного контроля качества товаров и услуг, современными методами учета товаров.
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	Знает	содержание торгово-технологического процесса предприятия, правила хранения товаров, правила инвентаризации, составляющие материальных и трудовых затрат.
	Умеет	разрабатывать торгово-технологические процессы, минимизировать затраты ресурсов, организовывать проведение инвентаризаций, списывать потери
	Владеет	методами управления торгово-технологическим

		процессом и методами оценки его эффективности, умением регулировать процессы хранения
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	подходы к выявлению и изучению потребностей покупателей
	Умеет	разрабатывать программы изучения спроса населения и потребности покупателей с использованием современных технологий
	Владеет	инструментами формирования спроса потребителей и стимулирования сбыта
ПК-4 способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знает	ассортимент товаров и способы его идентификации
	Умеет	выявлять фальсификаты и предупреждать их появление
	Владеет	инструментами идентификации товаров, методами определения их качества
ПК-12 – Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	знать	основы разработки проектов в профессиональной деятельности;
	уметь	использовать информационные технологии для разработки проектов по управлению ассортиментом товаров;
	владеть	навыками разработки проектов по управлению ассортиментом товаров в торговой организации с использованием информационных технологий;
ПК-13 – Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)	знать	основы реализации проектов в области профессиональной деятельности;
	уметь	реализовать проекты в профессиональной деятельности;
	владеть	навыками реализации проектов в профессиональной деятельности;
ПК-14 – Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	знать	концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;
	уметь	анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;
	владеть	навыками анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; навыками контроля логистических издержек; навыками прогнозирования;



## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (В ПРОЕКТНОЙ; ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ 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
1	Подготовительный этап (организационный)	Ознакомление с условиями прохождения практики, сроками, содержанием обязательных мероприятий, требованиями к оформлению отчетных форм, инструктаж по технике безопасности	4 часа	Собеседование роспись в журнале учета
2	Основной этап (производственный):	Сбор материала в соответствии с заданием	72 часа	Устный опрос
	– Обработка и анализ полученной информации;	Анализ материала в соответствии с заданием	72 часа	Устный опрос
	– Подготовка отчета по практике.	Написание и оформление отчета	64 часа	Устный опрос
3	Итоговый	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	4 часа	Защита отчета с оценкой, собеседование
<b>Итого:</b>			<b>216 ч.</b>	-

График прохождения производственной практики на базе кафедры

Содержание программы	Кол-во час.
1. Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	4 часа
2. Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме	28ч.
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	60ч.
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой исследования	60ч.
5. Анализ полученной в ходе исследования информации	60ч.
6. Написание и оформление отчета по практике	4ч
<b>Итого:</b>	<b>216ч.</b>

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

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

*На первом этапе практики* предусматривается знакомство с местом прохождения практики с целью изучения системы управления, масштабов и организационно-правовой формы организации (предприятия). На этом, начальном этапе практики, могут быть сформулированы задания: изучение состояния и перспектив развития производственно-хозяйственной и финансовой деятельности; изучение основных технико-экономических показателей работы организации за последние 1-3 года; анализ кадрового состава предприятия или структурного подразделения предприятия; составление схем, отражающих производственную и организационную структуру организации и т.п. Для успешного осуществления первого этапа практики студенту может быть рекомендовано использовать годовую отчетность организации о производственно-хозяйственной и финансовой деятельности, бухгалтерский баланс и другие плановые и отчетные формы и документы организации.

*На втором этапе практики* студентам может быть предложено изучить состав и содержание реально выполняемых функций определенного структурного подразделения организации, выявить механизмы взаимодействий с другими подразделениями, сформулировать предложения по совершенствованию деятельности организации (предприятия)/ структурного подразделения. В отчете студентом должен быть представлен

квалифицированный анализ той или иной конкретной проблемы, разработана программа и предложен инструментарий решения проблемы, сделаны заключения о возможности практического использования (внедрения) полученных результатов. Все это может составить основу отчета студента о практике.

Источниками информации на втором этапе могут служить документы (отчеты, архивы, публикации и пр.), как внутренние, так и внешние, а также данные, полученные путем опроса членов организации (анкетирование, интервьюирование) и личных наблюдений практиканта.

### ***Содержание самостоятельной работы при прохождении практики***

1. Изучение организационной и правовой характеристикой предприятия.
2. Изучение основных видов деятельности предприятия.
3. Ознакомление с организационной структурой управления предприятия .
4. Описание краткой экономической характеристикой деятельности предприятия.
5. Описание характеристики материально - технической базы предприятия.
6. Проведение анализа кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы.
7. Изучение источников закупки товаров (сырьевых материалов)
8. Изучение методов выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемых на предприятии.
9. Анализ методов изучения спроса, используемые на предприятии.
10. Изучение способов подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.
11. Ознакомление с методикой определения потребности в товарах, порядка расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.

12. Изучение ассортимента и объемов закупа товаров на предприятии.

13. Изучение маркетинговой деятельности предприятия.

14. Изучение порядка и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

15. Ознакомление с методами контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.

16. Ознакомление с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров, их классификация

17. Изучение порядка оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров

18. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

19. Проведение характеристики складской деятельности предприятия.

20. Изучение форм и методов обслуживания покупателей.

21. Изучение методов стимулирования продажи (сбыта) товаров, используемых на данном предприятии.

22. Изучение порядка организации работы с покупателями.

23. Проведение критической оценки деятельности предприятия.

24. Критическая оценка деятельности предприятия.

25. Формулирование проблем деятельности предприятия

В зависимости от организационной формы, вида и типа предприятия, руководители практики могут давать студенту (или группе студентов) конкретные задания из вышеперечисленных на период прохождения технологической практики.

В отдельных случаях структура отчета может быть изменена в соответствии с индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики от университета.

*На третьем этапе* практики студенты выполняют задание, выдаваемой непосредственным руководителем на месте практики. В отчете

данный этап практики может быть отражен в виде описания личных функциональных обязанностей, реализуемых студентом на рабочем месте, и практических результатов, достигнутых в процессе прохождения практики.

*Завершающим этапом* практики становится оформление результатов, полученных за весь период практики, в виде итогового отчета

По итогам практики студент представляет Дневник практики и отчет о практике. В Дневник практики наряду с отзывом руководителей практики от организации включается анкета для самооценки деятельности бакалавра при прохождении практики .

### **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.

### **Основной (производственный) этап:**

#### ***Контрольные вопросы***

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

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

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

**3. Организационная структура управления предприятия:** определить ее вид, оценить ее соответствие выполняемым функциям и задачам, стоящим перед предприятием, начертить схему управления (рисунок 1), структурное построение служб, изучить их задачи и функции, провести анализ системы взаимоотношений между ними, описать функциональные обязанности основных служб, отделов или работников.

**4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия:** построить таблицу основных экономических показателей (таблица 1). После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

**5. 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.

**6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы:** показать динамику численности персонала, рассказать о кадровой политике предприятия, проанализировать состав работников предприятия по поло-возрастному признаку, по образованию и уровню профессиональной подготовки.

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

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

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

**2. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация по организационному признаку, географическому расположению, специализации и т.д. Составить таблицу источников закупки товаров (количества поставщиков) в динамике за три года (таблицы 2 и 3).**

**3. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.**

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

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

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

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

**8. Характеристика маркетинговой деятельности.**

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

**10. 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.

**11. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация** по географическому признаку или по признаку специализации; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству покупателей товаров данного предприятия и проанализировать ее (таблица 6).

**12. 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.

**13. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии:** изучить их динамику по годам, выявить неходовые и залежалые запасы товаров. Изучить методы управления запасами, используемые на предприятии. Составить таблицу динамики объемов запасов по годам и проанализировать ее (таблица 8). Выявить наличие на предприятии неходовых и залежалых товаров, составить таблицу и проанализировать ее.

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

**16. Критическая оценка деятельности предприятия:** выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

**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 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.

### **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 маркетинговой деятельности.**

**11. 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.

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

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

**14. 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.

**15. 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.

**16. 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. Критическая оценка деятельности предприятия:** выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

**18. 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).

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

**Итоговый этап:**

**Подведение итогов производственной (технологической (в торгово-технологической деятельности)) практики и подготовка к защите.**

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

Исследовательские темы выбираются студентом до начала производственной практики по согласованию с руководителем практики.

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. и т.д.

График прохождения производственной практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики представлена в таблице.

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.

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

Непосредственными участниками организации проведения практики являются:

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

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

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

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

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

Практика в организациях осуществляется на основе договоров, в

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

Допускается возможность заключения договоров в индивидуальном порядке со студентами, желающими пройти практику в организациях по собственному выбору, но не позднее 1 месяца до начала практики. Для студентов, обучающихся по заочной форме, базами практики могут являться предприятия и организации, на которых они работают.

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

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

## **9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)**

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

#### **Контрольные вопросы для собеседования на зачёт с оценкой**

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Характеристика основных видов деятельности предприятия

3. Организационная структура управления предприятия
4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.
5. Характеристика материально - технической базы предприятия
6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы.
7. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация
8. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
9. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
10. Способы подачи и учета заказов поставщикам на поставку товаров.
11. Методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.
12. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии.
13. Характеристика маркетинговой деятельности.
14. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.
15. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.
16. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация
17. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров
18. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.
19. Характеристика складской деятельности предприятия.
20. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей.

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

22. Порядок организации работы с покупателями.

23. Критическая оценка деятельности предприятия.

24. Характеристика складской деятельности предприятия.

25. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

26. Критическая оценка деятельности предприятия.

27. Проблемы деятельности предприятия

### **Вопросы для собеседования по разделам отчёта**

#### **Раздел 1 Характеристика предприятия**

1. Организационная и правовая характеристика предприятия

2. Характеристика основных видов деятельности предприятия

3. Организационная структура управления предприятия

4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.

5. Характеристика материально - технической базы предприятия

6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы.

7. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация

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

9. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.

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

11. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

12. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.



## **Раздел 2 Оценка деятельности предприятия**

1. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.
2. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.
3. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация
4. Характеристика маркетинговой деятельности.
5. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров
6. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.
7. Характеристика складской деятельности предприятия.
8. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей.
9. Характеристика методов стимулирования продажи (сбыта) товаров, используемых на данном предприятии.
10. Порядок организации работы с покупателями.
11. Критическая оценка деятельности предприятия.
12. Порядок организации работы с покупателями.
13. Характеристика складской деятельности предприятия.
14. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.
15. Критическая оценка деятельности предприятия.

## **Раздел 3 Рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия**

1. Критическая оценка деятельности предприятия.
2. Сформулированные проблемы предприятия

**Форма контроля** по итогам производственной 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	Баллы
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	знает (пороговый)	ассортимент товаров и требования к их качеству, критерии оценки качества. Правила приемки товаров. Организацию учета товаров.	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 (продвинутой)	оценивать качество товаров, диагностировать дефекты. Контролировать правила хранения товаров, сохранение их качества. Вести приемку товаров по количеству и качеству, оформлять соответствующие документы.	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	Владеет (высокий)	инструментами управления ассортиментом товаров, методиками эффективного контроля качества товаров и услуг, современными методами учета товаров.	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-2- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы	знает (пороговый уровень)	содержание торгово-технологического процесса предприятия, правила хранения товаров, правила инвентаризации, составляющие материальных и	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания		3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5

хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	умеет (продвинутый)	трудо-вых затрат. разра-баты-вать торго-во-техно-логиче-ские процес-сы, мини-мизиро-вать зат-раты ре-сурсов, орга-низо-вывать про-веде-ние ин-вен-та-ри-за-ций, спи-сы-вать по-те-ри	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 управ-ления торго-во-техно-логиче-ским процес-сом и ме-тодами оце-нки его эф-фектив-ности, уме-нием ре-гули-ро-вать процес-сы хра-нения, уме-нием ре-гули-ро-вать процес-сы хра-нения	подхо-ды к выя-влению и изу-чению по-треб-ностей по-купате-лей	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 готовностью 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	подхо-ды к выя-влению и изу-чению по-треб-ностей по-купате-лей	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)	разра-баты-вать про-грам-мы изу-чения спро-са насе-ления и по-треб-ности по-купате-лей с ис-поль-зо-вани-ем со-вре-мен-ных техно-логий	ин-стру-мен-тами фор-миро-вания спро-са по-треб-ите-лей и сти-мули-ро-вания сбы-та	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)	ин-стру-мен-тами фор-миро-вания спро-са по-треб-ите-лей и сти-мули-ро-вания сбы-та	ин-стру-мен-тами фор-миро-вания спро-са по-треб-ите-лей и сти-мули-ро-вания сбы-та	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	Высокий	5

ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	знает (пороговый) уровень	ассортимент товаров и способы его идентификации	владение		
			Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвину тый)	выявлять фальсификаты и предупреждать их появление	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)	инструментами идентификации товаров, методами определения их качества	Не владеет
	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
	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	знает (пороговый) уровень	основы разработки проектов в профессиональной деятельности;			Отсутствие знаний
			Фрагментарные знания	2	
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
			умеет (продвину тый)	использовать информационные технологии для разработки проектов по управлению	Отсутствие умений
	Частично освоенное умение				2
	В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый			3

профессионально й деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий		ассортиментов товаров;	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	навыками разработки проектов по управлению ассортиментом товаров в торговой организации с использованием информационных технологий;	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
Успешное и систематическое владение	Высокий	5			
ПК-13 – Готовность участвовать в реализации проектов в области профессионально й деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)	знает (пороговый уровень)	основы реализации проектов в области профессионально й деятельности;	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)	реализовать проекты в профессиональной деятельности;	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	навыками реализации проектов в профессиональной 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-14 – Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	знает (пороговый уровень)	концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;	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 (продвину- тый)	анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли; анализировать с организационно- экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли;	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 анализа: общих издержек на логистику и доходы компании, прибыльности рыночного сегмента; навыками контроля логистических издержек; навыками прогнозирования;	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

### **Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по производственной технологической практике (в проектной; 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 практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;

- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета).
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с места прохождения практики.

### **Критерии выставления оценки студенту на зачете (с оценкой) по практике**

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

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

**Форма проведения аттестации по итогам практики:** защита отчета (собеседование)

**Методические указания по составлению отчета по  
производственной технологической практике (в проектной; торгово-  
технологической деятельности)**

В основе организации производственной практики лежит договор, заключаемый на безвозмездной основе между ДВФУ и предприятиями (учреждениями, организациями), которые выступают в качестве баз практики.

Непосредственными участниками организации проведения практики являются:

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

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

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

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

- договор Университета с принимающей организацией;
- направление на практику;



- программа прохождения практики;
- дневник о прохождении практики.

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

Допускается возможность заключения договоров в индивидуальном порядке со студентами, желающими пройти практику в организациях по собственному выбору, но не позднее 1 месяца до начала практики. Для студентов, обучающихся по заочной форме, базами практики могут являться предприятия и организации, на которых они работают.

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

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

По итогам прохождения производственной практики студентом на кафедру предоставляются следующие документы: дневник практики и отчет о практике.

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

- 1. Отзыв – характеристика 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 приложении.

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

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Логистика в торговой деятельности» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение нахождение практики.
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
6. Содержание.

7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.

8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).

9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).

10. Практические результаты, полученные студентом в процессе прохождения практики(отчет на втором этапе практики).

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

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

13. Приложения.

Образец оформления титульного листа отчета о практике приведен в приложении 1.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6. Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела. Номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем (например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки и другой графический материал. 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, послед чего он дает письменный отзыв (характеристику) о выполнении студентом программы практики. Данный отзыв в краткой форме оформляется в дневнике практиканта, заверяется подписью руководителя практики от предприятия и печатью организации.

Отчет о прохождении производственной практики студент обязан предоставить на кафедру для проверки в течение 10 дней после даты окончания практики. В течение следующих 7 дней руководитель практики от кафедры проверяет его и окончательную оценку выставляет по результатам защиты. Защита отчетов по практике проводится в срок, установленный заведующим кафедрой и согласованный с учебным отделом.

## **10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (В ПРОЕКТНОЙ; 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°», 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 <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. <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>
10. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>
11. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>)

12. 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>

13. 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. Режим доступа - URL: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

14. 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>

15. 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. Режим доступа - URL: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>)

16. Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» Режим доступа - URL: ([http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_112881/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/)); Режим доступа - URL: <https://www.referent.ru/1/176630>)

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Арсенова, Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: Справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=432788>)

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

3. Казанцев, А.К. Управление операциями: Учебник / А.К. Казанцев, В.В. Кобзев, В.М. Макаров; Под общ. ред. А.К. Казанцева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 478 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369426>)

4. Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учеб. пособие / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 192 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:353612&theme=FEFU>)

5. Клочкова, М.С. Мерчандайзинг: учебно-практическое пособие/М.С.Клочкова, Е.Ю. Логинова, А.С. Якорева. – Москва: Дашков и К, 2009. – 267 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:264733&theme=FEFU>)

6. Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов под ред. В. Я. Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=396909>)

7. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок/ Ж.Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 718 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359058&theme=FEFU>)

8. Романова, И.М. Торговый маркетинг: учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2011. – 308 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359165&theme=FEFU>)

9. 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. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)

10. Сысоева, С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице/С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – Санкт-Петербург: Питер – 2011. – 288 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:275034&theme=FEFU>)

11. Сысоева, С.В. Стандарт работы розничного магазина. Разработка инструкций, регламентов и обучение торгового персонала. – Санкт-Петербург: Питер– 2010. – 288 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:276801&theme=FEFU>)

12. Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент/ С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – Санкт-Петербург: Питер– 2011. – 288 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:418998&theme=FEFU>)

13. Управление результативностью маркетинга : учебник для магистров : учебник для вузов по экономическим специальностям / О. К. Ойнер ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. М.: Юрайт, 2013. – 343с. Режим доступа - URL: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:693493&theme=FEFU>

14. Чкалова, О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 384 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=424923>)

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

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

## Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

### Интернет

1. Официальный сайт Правительства РФ <http://government.ru/>
2. Официальный сайт Государственной Думы РФ <http://www.duma.gov.ru/>
3. Официальный сайт Совета Федерации РФ <http://www.council.gov.ru/>
4. Справочно-правовая система «Консультант» <http://www.consultant.ru/>
5. Информационно-правовой портал «Гарант» <http://www.garant.ru/>
6. Официальный сайт Российской газеты <http://www.rg.ru/>
7. Официальный интернет-портал правовой информации.  
Государственная система правовой информации <http://www.pravo.gov.ru/>
8. Портал государственных услуг <https://www.gosuslugi.ru/>
9. Открытое Правительство <http://open.gov.ru/opengov/>
10. Научная библиотека ДВФУ <https://www.dvfu.ru/library/>
11. Официальный сайт Электронной библиотеки диссертаций  
Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru/>
12. Электронно-библиотечная система Znanium.com <http://znanium.com/>
13. Электронно-библиотечная система IPRbooks  
<http://www.iprbookshop.ru/>
14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU  
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>
15. Федеральный портал проектов нормативных правовых актов  
<http://regulation.gov.ru/>
16. Портал государственных программ Российской Федерации  
<http://programs.gov.ru/Portal/>
17. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
18. [www.budgetrf.ru](http://www.budgetrf.ru) – Бюджетная система РФ
19. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - «Консультант Плюс»
20. [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – Развитие бизнеса.Ру
21. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система Гарант

22. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
23. [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
24. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR
25. <http://marketing-now.ru>. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов.
26. <http://trademarketing.ru>. Информационный портал «Торговый маркетинг»
27. <http://market-manager.ru>.
28. <http://prodaji.ru>. Компания Продажи.ру содействует владельцам и топ-менеджерам компаний в повышении эффективности бизнеса. Продажи.ру специализируется на проведении корпоративных тренингах, семинарах и бизнес-консалтинге.
29. <http://www.merchandising.ru>. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу.
30. <http://www.retailclub.ru>. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница».

### **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 Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows.

	<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 ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (В ТОРГОВО-ТЕХНОДОГИЧЕСКОЙ 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 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.

**Составители:**

Старший преподаватель

кафедры маркетинга, коммерции и логистики \_\_\_\_\_ С.Е. Савостина

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «29» июня 2016 г. № 12-13.



**Форма титульного листа отчета о прохождении производственной  
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 проектной; торгово-технологической деятельности)

Выполнил студент гр. Б1408

\_\_\_\_\_ А.Н. Иванова

Отчет защищен:

с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

подпись

И.О. Фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики:

старший преподаватель кафедры

маркетинга, коммерции и логистики

\_\_\_\_\_ С.Е. Савостина

Регистрационный № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

подпись

И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок

с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

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

в ООО «Общее Управление»

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 технологической практики  
(в проектной; торгово-технологической деятельности)**

бакалавра 4 курса группы Б1408  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело

**Ивановой Анастасии Николаевны**

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

Руководитель практики от предприятия

Н.П. Челядин

27.07.201\_

М.П.



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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ОТЗЫВ - ХАРАКТЕРИСТИКА**

бакалавра 4 курса группы Б1408

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело,  
Ивановой Анастасии Николаевны

Руководитель практики от предприятия

Н.П. Челядин

27.07.201\_

М.П.



**Форма заявления студента(-ки) 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  
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.

**ОБРАЗЦЫ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ К ОТЧЕТУ ПО ПРАКТИКЕ**

Таблица 1 – Основные экономические показатели деятельности ООО «Общее Управление» в 2013-2015 гг., тыс. р.

Показатели	Годы			Темп роста 2015/ 2013 гг.,%
	2013	2014	2015	
Выручка от продажи товаров, работ, услуг	4880	9145	11504	235,7
Себестоимость проданных товаров, работ, услуг	3767	6808	8533	226,5
Валовая прибыль	1113	2337	2971	266,9
Коммерческие расходы	737	846	1408	191
Прибыль (убыток) от продаж	376	1491	1563	416
Прочие доходы	3	3	3	-
Прочие расходы	13	13	17	130
Прибыль (убыток) до налогообложения	363	1481	1549	426,7
Налог на прибыль	91	357	374	410,9
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	272	1124	1175	431,9

Источник: [данные бухгалтерской отчетности ООО «Общее Управление»]

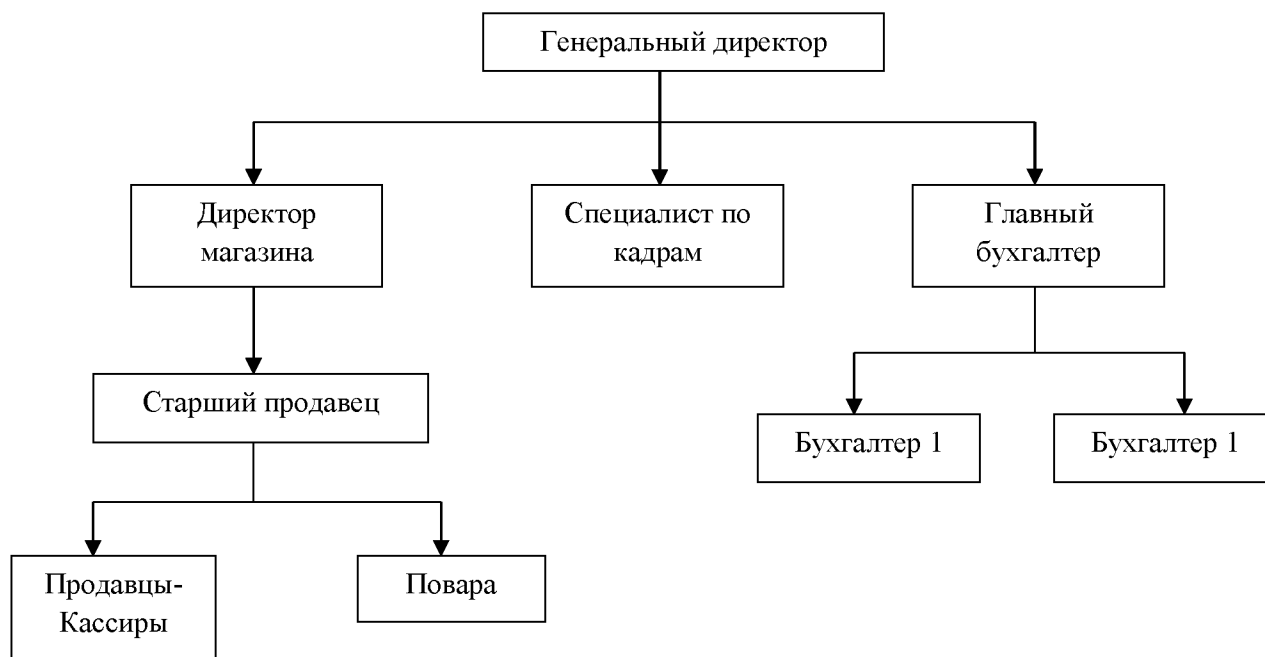


Рисунок 1 – Организационная структура управления

Таблица 2 – Классификация поставщиков товаров ООО «Компания Селкар» в 2014-2015 гг.

Поставщики	2014г.		2015г.		2015/2014 гг., %
	кол-во ед.	уд. вес, %	кол-во ед.	уд.вес, %	
Городские	21	21,2	23	21,5	109
Региональные	6	6	7	6,5	116
Общероссийские	72	72,8	77	72	107
Итого:	99	100	107	100	108

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «Компания Селкар»]

Таблица 3 – Динамика количества поставщиков ИП «Чепцов» в 2014-2015гг.

Поставщики	2014 г.		2015 г.		2015/2014гг., %
	кол-во ед.	уд.вес., %	кол-во ед.	уд.вес, %	
Производители	16	39	16	36,4	100
Посредники	25	61	28	63,6	112
Итого	41	100	44	100	107,3

Источник: [данные оперативной отчетности предприятия ИП «Чепцов»]

Данные таблицы желательно сделать за три года.

Таблица 4 – Структура объемов закупа товаров компанией ООО «Альфа-РЭК» в 2013-2015 гг.

Наименование товарной группы	2013г.		2014г.		2015г.		2015/2013гг., %
	тыс. р.	уд.вес, %	тыс. р.	уд.вес, %	тыс. р..	уд.вес, %	
Инструменты в коробках	1230	27,26	1560	27,9	2675	35,6	217,4
Щитовые приборы	575	12,74	635	11,3	723	9,6	125,7
Тумблеры	250	5,54	320	5,72	458	6,11	183,2
Боксы	170	3,76	230	4,1	264	3,52	155,2
Провода в ассортименте	860	19,06	1215	21,73	1323	17,6	153,8
Тиристоры	104	2,30	125	2,23	256	3,41	246,0
Конденсаты	239	5,29	252	4,5	321	4,28	134,3
Инструменты	956	21,18	1123	20,08	1256	16,76	131,3
Прочие	128	2,83	131	2,34	218	2,9	170,3
Всего товаров	4512	100	5591	100	7494	100	166,0

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «Альфа-РЭК»]

Таблица 5 – Количество договоров, заключённых ООО «Альфа-РЭК» с поставщиками в 2013-2015 гг.

Виды договоров	2013г.		2014г.		2015 г.		2013/ 2015гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Краткосрочные	9	40,9	6	26	3	15,0	33,3
Долгосрочные	7	31,1	8	34	9	45,0	128,0
Разовые сделки	6	27,3	9	39	8	40,0	133,3
Итого:	22	100	23	100	20	100	90,9

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «Альфа-РЭК»]

Таблица 6 – Динамика количества покупателей ОАО «Приморский кондитер» в 2013-2015 гг.

Покупатели	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013г г.,%
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Местные	493	29,0	546	27,8	611	27,0	123,9
Краевые	670	39,3	835	42,2	943	41,7	140,7
Общероссийские	541	31,7	593	30,0	705	31,3	130,3
Всего:	1704	100,0	1974	100,0	2259	100,0	132,5

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 7 – Динамика количества договоров, заключенных ИП «Чепцов» с покупателями в 2014-2015 гг.

Виды договоров	2014 г.		2015 г.		2015/2014, %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
Разовые	7	17,1	3	6,8	42,8
Краткосрочные	9	21,9	11	25	122,2
Долгосрочные	25	61	30	68,2	120
Итого:	41	100	44	100	107,3

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 8 – Ассортимент и структура товарных запасов, хранящихся на складе ОАО «Приморский кондитер» в 2013–2015 гг.

Наименование товара	Наличие на складе на 01.01.						2015/ 2013 гг., %
	2013 г.		2014 г.		2015 г.		
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	
Шоколад	6 277	22,9	8 234	23,1	11 127	26,5	177,3
Конфеты	1 988	7,3	2 669	7,7	3 089	7,5	155,4
Мармелад	3 394	12,4	4 871	13,7	5 582	13,3	164,4
Карамель	8 735	31,9	10 072	28,3	11 178	26,6	127,9
Вафли	2 000	7,3	2 871	8,1	3 564	8,5	178,2
Прочие	5 000	18,3	5 907	16,6	6 506	15,5	130,1
Всего:	27 394	100,0	35 624	100,0	42 046	100,0	149,8

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 9 – Динамика наличия неходовых и залежалых товаров ООО «Общее Управление» в 2014-2015 гг.

Наименование товара	2013г.		2014г.		2015г.		2015/ 2013 гг., %
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд.вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	
Электrolампы судовые	7,4	2,1	10,8	2,8	10,2	2,2	137,8
Коммутация	12,3	3,5	15,2	4,0	25,5	5,5	207,3
Кабельная продукция	24,5	6,9	26,0	6,8	14,5	3,2	59,2
Осветительное оборудование	45,2	12,8	50,2	13,2	65,3	14,2	144,5
Нагревательное оборудование	95,0	26,9	105,0	27,5	124,6	27,1	131,1
Реле	50,7	14,3	48,5	12,7	65,3	14,2	129,0
Приборы измерительные	80,0	22,6	84,7	22,2	100,8	21,9	126,0
Датчики уровня	38,3	10,8	41,2	10,8	54,1	11,8	141,4
Всего товаров	353,3	100,0	381,6	100,0	460,3	100,0	130,3

Источник: [данные исследований автора]

**ОБРАЗЦЫ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ К ОТЧЕТУ  
ПО ПРАКТИКЕ НА ТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Таблица 10 – Состав и структура контейнерного парка ООО «ТехноЛогистик» в 2013-2015гг.

Тип контейнера	2013г.		2014г.		2015г.		2015/2013гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
20'DC	80	32	110	30,6	150	32	187,5
40'HC	120	48	170	47,2	200	42,5	166,6
40'U1	50	20	80	22,2	120	25,5	240,0
Итого:	250	100	360	100	470	100	188

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 11– Парк автотягачей, имеющих в ООО «МКС Восток» в 2015 г.

Марка автомобиля	Модель	Тип	Мощность, л.с.	Кол-во, ед.
Freightliner	Century FLC-112	седельный тягач	355/410	2
	Century FLD-120	седельный тягач	355/410	2
	Argosy	седельный тягач	330	1
MAN	TGA	седельный тягач	390	1
МАЗ	54323	седельный тягач	330	1
	642205-020	седельный тягач	330	2
Итого:				9

Источник: [данные исследований автора]

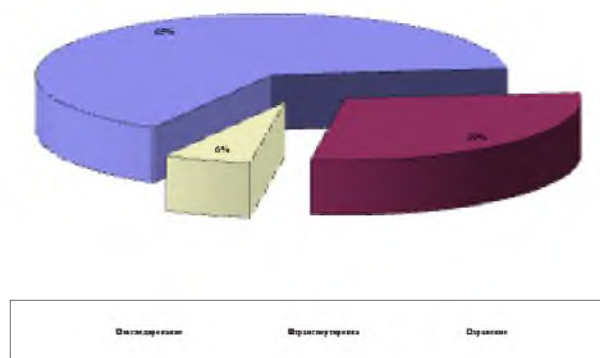


Рисунок 1 – Структура услуг, предоставляемых ООО «МКС Восток»

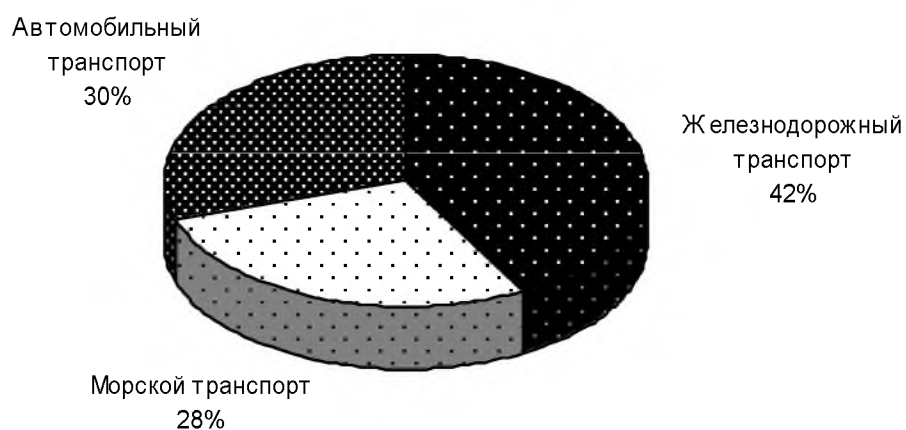


Рисунок 2 – Структура услуг, предоставляемых ООО «ВЛ Лоджистик» по видам транспорта в 2015 г., %

Таблица 12 – Динамика объемов грузоперевозок, осуществляемых ООО «МКС Восток» различными видами транспорта в 2013-2015 гг.

Вид перевозки	2013г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013 гг., %
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	
Железнодорожный транспорт	11590	78,7	10980	67,8	10560	60,4	91,1
Автомобильный транспорт	3137	21,3	5220	32,2	6936	39,6	221,1
Итого:	14727	100	16200	100	17496	100	118,8

Источник: [данные исследований автора]

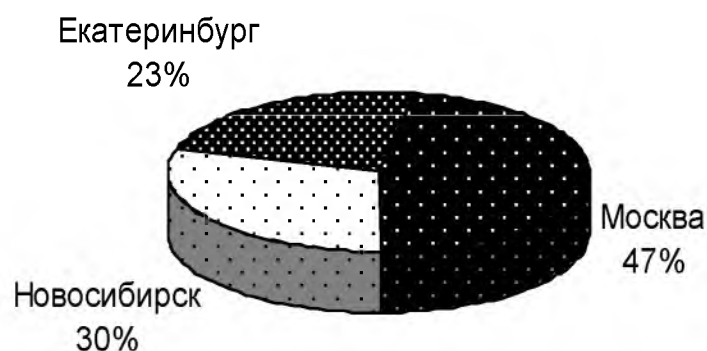


Рисунок 2 – Основные направления перевозки грузов  
 ООО «ВЛ Лоджистик» железнодорожным транспортом в 2015 г.,%

Таблица 13 – Динамика количества вагонов, перевезенных компанией ООО «ВЛ Лоджистик» в 2013-2015 гг.

Размер вагона	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013 гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
80-ти футовый	480	47	639	54	1022	48	213
60-ти футовый	324	32	340	39	764	36	235
40-ка футовый	217	21	196	17	350	16	161
Итого:	1021	100	1175	100	2136	100	209

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «ВЛ Лоджистик»]



Таблица 14 – Объемы и структура грузов, перевозимых ООО «ВЛ Лоджистик» железнодорожным видом транспорта в 2013-2015гг.

Наименование груза	2013 г.		2014г.		2015 г.		2015/2013 гг.,%
	объем груза, т	уд. вес, %	объем груза, т	уд. вес, %	объем груза, т	уд. вес, %	
Игрушки	4590	9	4645	9,5	4820	9,5	105
Автозапчасти	12600	26	10970	22,5	13560	27	108
Зерно	1950	4	1980	4	2000	4	102
Продукты питания	1684	3	1710	4	1700	3	101
Строительные материалы	7810	15,5	7518	15	7630	15	98
Химикаты	1639	3	1634	3	1640	3	101
Строительное оборудование	6572	13	6587	14	6690	13	102
Спортивный инвентарь	3760	7,5	3815	8	3810	7,5	101
Ткани и одежда	1154	2	1122	2	1200	2	104
Мебель	8320	17	8640	18	8384	16	101
Итого:	50079	100	48621	100	51434	100	103

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 15– Количество контейнеров, перевезенных ООО «ТехноЛогистик» в экспортном направлении в 2013-2015 гг.

Тип и размер контейнера	2013 г.		2014 г.		2015г.		2015/2013гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
20'DC	1200	91	2040	85	2400	80	200
40'HC	120	9	360	15	600	20	500
Итого:	1320	100	2400	100	3000	100	227,3

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 16 – Объемы и номенклатура грузов, перевезенных ООО «ТехноЛогистик» в импортном направлении в 2013-2015гг.

Наименование груза	2013г.		2014г.		2015г.		2015/ 2013гг ., %
	тыс. т.	уд. вес, %	тыс. т.	уд. вес, %	тыс. т.	уд.вес, %	
Лифты	352,8	3	525,6	2	2190	5	620,7
Электротехника	1882	16	5256	20	7446	17	395,7
Спецтехники	2587	22	6307	24	10074	23	389,4
Автозапчасти	2822	24	4468	17	9198	21	325,9
Напольные покрытия	1176	10	3679	14	4818	11	409,7
Ламинат	235,2	2	1051	4	1314	3	558,7
Судоходное об-ие	1058	9	1840	7	2190	5	206,9
Гранитная плитка	1646	14	3154	12	6570	15	399,1
Итого:	11760	100	26280	100	43800	100	372,4

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 17 – Количество заявок, принятых компанией ООО «ВЛ Лоджистик» от клиентов в 2013 - 2015 гг.

Название отдела	2013г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013 гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
Отдел смешанных перевозок	2640	29	2700	29	3130	31,5	118
Отдел контейнерных перевозок	3030	33	2930	31,5	3220	32,5	106
Отдел перевозок сборных грузов	3470	38	3670	39,5	3575	36	103
Итого:	9140	100	9300	100	9925	100	108

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 18 – Динамика количества клиентов компании ООО «МКС Восток» в 2014-2015 гг.

Клиенты	2014 г.		2015 г.		2015/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Всего:	57	100	98	100	171,9
в том числе:					
юридические лица	49	86,0	90	91,8	183,6
физические лица	8	14,0	8	8,2	100

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 19 – Количество договоров, заключенных компанией ООО «ВЛ Лоджистик» с клиентами в зависимости от длительности хозяйственных связей в 2013-2015 гг.

Виды договоров	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013 гг., %
	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	кол-во, ед.	уд.вес, %	
Разовые	3125	40	3340	40	3497	41	112
Краткосрочные	2445	31	2551	31	2572	30	105
Долгосрочные	2300	29	2405	29	2474	29	107
Итого:	7870	100	8296	100	8543	100	108

Источник: [данные оперативной отчетности ООО «ВЛ Лоджистик»]

Таблица 20 – Динамика договоров, заключенных ООО «МКС Восток» с клиентами в 2014-2015 гг.

Виды договоров	2014 г.		2015 г.		2015/2014 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Всего:	49	100	79	100	161,2
в том числе:					
договоры ТЭО	34	69,4	56	70,9	164,7
договоры автомобильной перевозки	15	30,6	23	29,1	153,3

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 21 – Количество договоров, выполненных ООО «МКС Восток» с нарушениями временных показателей доставки грузов в 2013-2015 гг.

Договоры	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Нарушенных договоров всего	8	100	12	100	17	100	212,5
В том числе с нарушениями по:							
скорости дост.	7	87,5	10	83,4	14	82,4	200
Точности доставки	1	12,5	1	16,6	2	11,8	200
с выполнением графика перевозок	-	-	1	-	1	5,8	+1

Источник: [данные исследований автора]

Таблица 22 – Количество договоров с клиентами, выполненных компанией ООО «МКС Восток» с нарушениями показателей сохранности грузов в 2013-2015 гг.

Договоры	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2015/2013 гг., %
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	
Нарушенных договоров всего	2	100	4	100	4	100	200
в том числе с:							
повреждением груза	2	100	4	100	3	75,0	150
кражей груза	-	-	-	-	-	-	-
загрязнением груза	-	-	-	-	1	25,0	+1

Источник: [данные исследований автора]



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


### ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА


Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной  
программы

Заведующий кафедрой маркетинга,  
коммерции и логистики

  
И.М. Романова  
« 14 » 09 20 17 г.

  
И.М. Романова  
« 14 » 09 20 17 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная

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

Квалификация (степень) выпускника \_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_

г. Владивосток  
2017

## **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 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– 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, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;

– 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;
- 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 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 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);

***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;

***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.

#### **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 – способность 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.

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 «Экономическое мышление», «Основы менеджмента», «Статистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинг», «Основы логистики», «Маркетинговые исследования», «Проектная деятельность», «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей», «Ценообразование», «Электронная торговля», «Логистика закупок», «Маркетинговые коммуникации», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг», «Логистика транспорта» 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 ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

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

<b>Код и формулировка компетенций</b>	<b>Формулировка компетенций</b>	
<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: 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;</p> <p>ПК-4: способностью 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</p>	Знает	приемы и средства стимулирования и

Код и формулировка компетенций	Формулировка компетенций	
<p>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 организации.</p>		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
<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: способностью 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

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость учебной практики составляет 4 недели / 6 зачетных единиц, 216 часов.

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	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 логистической (и/или маркетинговой) деятельности предприятия	40,0	40,0	
		Выполнение задания в соответствии с темой ВКР (выданной руководителем ВКР)	40,0	40,0	
		Разработка рекомендаций по совершенствованию логистической (и/или 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 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 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 продвижения 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 деятельности транспортного предприятия: к какому типу логистических провайдеров относится данное предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет.

39. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.

40. Состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов).

41. Виды транспорта, используемые на предприятии.

42. География перевозок грузов.

43. Номенклатура перевозимых грузов.

44. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация

45. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющихся на предприятии.

46. Причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание.

47. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения.

48. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы).

49. Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.

50. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

51. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

52. Критическая 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 опишите, кто принимает участие в тестировании и каким образом?

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

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

*Контрольные вопросы:*

1. Перечислите методы сбора информации в рамках кабинетных исследований?

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

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

4.

### **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 логистической (и/или маркетинговой) деятельности предприятия	4
4. Выполнение задания в соответствии с темой ВКР (выдается руководителем ВКР)	4
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию логистической (и/или 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

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.

**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, проанализировать состав работников предприятия по половозрастному признаку, по образованию и уровню профессиональной подготовки.

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

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

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

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

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

**3. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.**

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

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

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

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

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

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

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

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



на предприятии при доставке товаров собственным и привлеченным транспортом.

**12. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.** Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

**13. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация** по географическому признаку или по признаку специализации; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству покупателей товаров данного предприятия и проанализировать ее.

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

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

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

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

**18. Критическая оценка деятельности предприятия:** выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

**19. Характеристика логистической деятельности предприятия:** имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой 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 закупа товаров на предприятии.** Для этого необходимо составить таблицу динамики объемов закупаемых товаров в ассортиментном разрезе за три последних года и проанализировать ее.

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

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

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

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

**14. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.** Изучить причины и порядок предъявления претензий поставщикам, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов.

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

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

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

**18. Критическая оценка деятельности предприятия:** выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

**19. Характеристика логистической деятельности предприятия:** имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой темы ВКР.

**4. Перечень вопросов для изучения студентами, проходящими производственную практику на транспортных предприятиях**

**1. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка:** к какому типу логистических провайдеров относится данное предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет, их структура. Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

**2. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.**

**3. Состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов).** Дать их техническую характеристику по типам, маркам, моделям. Составить таблицу по количеству единиц и их удельному весу в динамике за три года .

**4. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов.** Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

**5. География перевозок грузов.** Можно составить диаграмму и проанализировать ее.

**6. Количество перевезенных контейнеров или вагонов.** Составить таблицу в динамике за три года и проанализировать ее.

**7. Номенклатура перевозимых грузов.** Для этого необходимо составить таблицу по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах руб. и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

**8. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении.** Для этого необходимо составить таблицы в экспортно-импортном сообщениях по номенклатуре (ассортименту) перевозимых грузов в тоннаже и (или) в тысячах р., или количестве перевезенных контейнеров и их удельному весу в динамике за три года и проанализировать ее.

**9. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов.** Составить таблицу количества принятых заявок от клиентов в динамике за три года и проанализировать ее.

**10. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация.** Классификацию можно дать по географическому признаку, признаку специализации или иному признаку; изучить порядок организация работы с ними. Составить таблицу по количеству клиентов данного предприятия и проанализировать ее .

**11. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции.** Описать виды и содержание заключаемых договоров, указать их специфические условия для тех групп товаров, перевозку которых осуществляет исследуемое предприятие. К отчету приложить копии договоров и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров с клиентами.

**12. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющихся на предприятии.** Составить таблицы количества заключенных

договоров с клиентами в зависимости от их видов и длительности хозяйственных связей в динамике за три года и проанализировать их.

**13. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии.** Изучить причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание, перечень прилагаемых документов. К отчету приложить копии претензий и прилагаемых к ней документов. Проанализировать случаи нарушения условий договоров по срокам, своевременности и сохранности (бой, лом, порча). Составить таблицы проанализировать их.

**14. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.**

**15. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.**

**16. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.**

**17. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.**

**18. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия.** Выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы.

**19. Характеристика логистической деятельности предприятия.** Имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников компании логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста), то существует ли необходимость их внедрения и почему?).

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой темы ВКР.

Обязательным условием прохождения производственной преддипломной практики является выявление проблем в области логистической и /или 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 состояния и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг региона.

12. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры региона.

13. Тенденции и перспективы развития транспортно-логистической сферы региона.

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

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

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

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

18. Оценка конкурентной среды товарного рынка/рынка услуг.

19. Анализ и оценка поставщиков молочной продукции

г. Владивостока

20. Исследование рынка строительных материалов Китая

21. Исследование рынка услуг медицинского туризма КНР

22. Оценка качества обслуживания в магазинах бытовой техники

г. Владивостока

23. Исследование рынка жилой недвижимости г. Владивостока

24. Исследование рынка рекламных услуг г. Владивостока

25. Организация мерчандайзинга в магазинах бытовой техники

г. Владивостока

26. Исследование рынка интернет-рекламы КНР

27. Влияние социальных медиа на поведение потребителей Китая
28. Исследование потребительских предпочтений на рынке товаров КНР
29. Влияние инструментов мобильного маркетинга на поведение потребителей Китая
30. Исследование рынка розничных продаж молока и молочной продукции Приморского края
31. Исследование рынка легковых автомобилей Приморского края
32. и т.д.

Данный список направлений исследования является базовым и может быть изменен в соответствии с современным состоянием маркетинга и логистики, новыми тенденциями развития маркетинга и логистики, 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: 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	знает (пороговый уровень)	базовые понятия теории маркетинга и коммерции	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)	характеризовать параметры ассортимента, качества товаров	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не	Базовый	3

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы	
<p>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: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации.</p>			систематическое умение	Высокий	4	
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение			
			Успешное и систематическое умение			
	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
	<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 (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	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	Не владеет	Пороговый	1	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
		потребительских предпочтений, методами анализа конкурентной среды, навыками анализа данных отечественной и зарубежной статистики	Фрагментарное владение	Базовый	2
			В целом успешное, но не систематическое владение		3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
<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 и оценивать и разрабатывать стратегии организации.</p>	знает (пороговый уровень)	приемы и средства стимулирования и подбора персонала торгового предприятия	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)	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
	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		Высокий

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
			владение		
<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 (пороговый уровень)	подходы к разработке инновационных проектов, основы маркетинговых исследований	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (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
	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
<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 (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	Базовый	3

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
			систематическое умение	Высокий	4
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		
			Успешное и систематическое умение		
	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

## Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы для собеседования на зачёт с оценкой

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Характеристика основных видов деятельности предприятия
3. Организационная структура управления предприятия
4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.
5. Характеристика материально - технической базы предприятия
6. Анализ кадрового состава предприятия и развития фонда заработной платы.
7. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация
8. Методы выбора наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
9. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.



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

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

12. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.

13. Характеристика договорной работы предприятия с поставщиками, порядок и особенности заключения договоров (сделок) Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.

14. Порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.

15. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями.

16. Методы контроля над выполнением поставщиками договорных обязательств, используемые на предприятии.

17. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация

18. Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с мелкооптовыми и розничными покупателями товаров

19. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

20. Характеристика складской деятельности предприятия.

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

22. Критическая оценка деятельности предприятия.

23. Характеристика логистической деятельности предприятия.

24. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей.

25. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия

26. Характеристика ассортимента и объемов закупа товаров на предприятии.
27. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.
28. Порядок организации работы с покупателями.
29. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка.
30. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.
31. Состав и структура транспортных средств или контейнерного парка (или судов).
32. Виды транспорта, используемые на предприятии, их удельный вес по объему перевезенных грузов.
33. География перевозок грузов.
34. Количество перевезенных контейнеров или вагонов.
35. Номенклатура перевозимых грузов.
36. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении.
37. Порядок приема и обработки заявок на перевозку грузов от клиентов.
38. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация.
39. Характеристика договорной работы предприятия с клиентами, порядок и особенности заключения договоров транспортной экспедиции.
40. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющих на предприятии.
41. Методы контроля над выполнением договорных обязательств перед клиентами, используемые на предприятии.
42. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы). Характеристика методов стимулирования

продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.

43. Способы обеспечения загрузки транспортных средств (вагонов, контейнеров, автофургонов до полной вместимости и грузоподъемности.

44. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

45. Наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.

46. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия.

### **Практика на базе кафедры**

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований
7. Методы количественных исследований
8. Этапы формирования выборки
9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. 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 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» 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. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров / Ш.Ш.Магомедов. – М.: Дашков и К, 2016. – 176 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515759>
3. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>)

4. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>)
5. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<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. Смирнов, К. А., Никитина, Т. Е., Смирнов, К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К. А. Смирнов, Т.Е. Никитина, К.А. Смирнов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 166 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/535381>
8. Соловьев, Б. А., Мешков, А. А., Мусатов, Б. В. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/536868>
9. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 107 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=433622>)

#### **Дополнительная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>)
2. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>)

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

4. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 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<sup>о</sup>», 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/journals/tezh>.

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 «Логирус» создан для того, чтобы писать о логистике грамотно, но не скучно... Это новое СМИ с традиционным взглядом на принципы журналистской работы. – Режим доступа: <http://logirus.ru>

7. 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**

<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 Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации  Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.

### **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДИПЛОМНОЙ 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:

<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 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 «29» июня 2016 г. № 12-3



**Форма титульного листа отчета о прохождении производственной  
преддипломной практики**

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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

*Кафедра маркетинга, коммерции и логистики*

**О Т Ч Е Т**

о прохождении преддипломной практики

Выполнил студент гр. Б1408а

\_\_\_\_\_ А.А. Иванов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

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

\_\_\_\_\_ Л.О. Иванов

Регистрационный № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Практика пройдена в срок

с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

в \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

подпись

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  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

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

Руководитель практики

В.А. Петрова

27.05.201\_  
М.П.



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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

бакалавра 4 курса группы Б1408 а  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

В.А. Петрова

27.05.201\_  
М.П.