



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<br>Консультирование руководителем от предприятия<br>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 –<br>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 –<br>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 –<br>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 описать, кто принимает участие в тестировании и каким образом?

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

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

*Контрольные вопросы:*

1. Перечислите методы сбора информации в рамках кабинетных исследований?

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

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

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:<br>– изучение организационно-правовой формы предприятия;<br>– характеристика деятельности подразделений предприятия;<br>– изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия;<br>– оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития;<br>– оценка конкурентоспособности предприятия. | 5, в т.ч.:<br><br>1<br>1<br>1<br>1<br>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 закупок товаров на предприятии.** Для этого необходимо составить таблицу динамики объемов закупаемых товаров в ассортиментном разрезе за три последних года и проанализировать ее.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики 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;<br/>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;<br/>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 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   |            | 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°», 2012. - 448 с. (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

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

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

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

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

### **Интернет**

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

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

3. Торгово-экономический журнал посвящен публикации результатов исследований в области экономики торговли, включая управление цепями поставок, маркетинговые мероприятия и управление отношениями с клиентами. В журнале публикуются статьи по таким направлениям, как организация торговли, экономика и управление торговой организаций, коммерческая логистика, правовое обеспечение торговой деятельности. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/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<br>Школы экономики и менеджмента,<br>ауд. G509, на 26 рабочих мест                                   | 7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;<br>ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением<br>Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;<br>ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;<br>Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows.<br>Google Chrome – веб-браузер<br>Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.)<br>Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows.<br>Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows.<br>Mozilla Firefox – веб-браузер<br>Notepad++ 6.68 – текстовый редактор<br>Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов<br>R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных.<br>WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu;<br>Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации<br><br>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<br/>оборудованных помещений<br/>и помещений для<br/>самостоятельной работы</b>      | <b>Перечень основного оборудования</b>  |
|---|---|
| Компьютерный класс<br>Школы экономики и<br>менеджмента,<br>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<br>библиотеки ДВФУ с<br>открытым доступом к фонду<br>(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.

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок  
с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
в \_\_\_\_\_

г. Владивосток  
20\_\_



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

---

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ДНЕВНИК**  
прохождения производственной 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.