



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель образовательной
программы


И.М. Романова
« 28 » июля 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа	Стратегический маркетинг
Квалификация (степень) выпускника	магистр

г. Владивосток
2018

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с:

- 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 образовательного стандарта высшего образования направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 30.03.2015 N 322 (ред. от 13.07.2017);
- образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет» для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры (далее – ОС ВО ДВФУ) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол № 06-15 от 04.06.2015, и введен в действие приказом ректора от 07.07.2015г. № 12-13-1282;
- устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Целями преддипломной практики являются: закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций, опыта научно-исследовательской, а также самостоятельной профессиональной деятельности.

Целью преддипломной практики является:

- выявление, формулирование научно-практических проблем, определение степени их изученности;
- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов, прогнозирование исследуемых процессов и явлений.
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- разработка стратегий проектов развития организаций и их отдельных подразделений;

3. ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами преддипломной практики являются:

организационно-управленческая деятельность:

1. разработка стратегий проектов развития организаций и их отдельных подразделений;
2. организация творческих коллективов (проектных команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

3. формирование предпринимательской ориентации для обеспечения развития предпринимательства и организации;

научно-исследовательская деятельность:

1. организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;

2. разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

3. выявление и формулирование актуальных научных проблем;

4. подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

аналитическая деятельность:

1. поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;

2. анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;

3. проведение оценки эффективности проектов, процессов и предпринимательской деятельности в целом с учетом фактора неопределенности;

4. МЕСТО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Преддипломная практика является составной (вариативной) частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана (индекс Б2.В.02.09(П)) и является обязательной.

Для успешного прохождения преддипломной практики у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- Способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности;
- Готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;
- Умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя;
- Умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- Способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- Способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- Способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде;
- Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение;

- Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей;
- Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска;
- Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способностью быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования;
- Умение работать в кросс-культурных командах, в т.ч. в качестве руководителя;
- Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;
- Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;
- Способность управлять изменениями в области профессиональной деятельности;
- Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов;
- Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ;
- Готовность разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;
- Способность определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовностью выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее;

Преддипломная практика проходит в 4-м семестре, является последней из шести практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент профиль «Стратегический маркетинг». Содержание преддипломной практики предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения преддипломной практики являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Управление проектами», «Маркетинговое управление», «Технологии анализа рынка», «Практический маркетинг», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление продажами», «Бренд-менеджмент», «Диджитал-маркетинг», «Управление результативностью маркетинга», «Международный маркетинг», «Стратегический менеджмент».

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для получения данных и подготовки выпускной квалификационной работы

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

Вид практики – преддипломная практика.

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

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

Местом проведения практики являются предприятия.

Преддипломная практика магистров проводится в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в отдельных случаях на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики. В качестве баз преддипломной практики выбираются предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки студента и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Местом прохождения преддипломной практики являются предприятия торговли, бытового обслуживания населения, предприятия, занимающиеся маркетинговой деятельностью.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого кафедрой перечня или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия на проведение практики с указанием названия предприятия, его адреса, телефона для осуществления контроля со стороны руководителя практики от Вуза.

Главным условием выбора места прохождения преддипломной практики является то обстоятельство, что объектами будущей профессиональной деятельности должны быть:

- предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общества),
- некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности.

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 ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 4 - способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	Показатели эффективности хозяйственной деятельности Методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Стратегии предприятия Направления аудита профессиональной деятельности
	Умеет	Определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Разрабатывать стратегии предприятия
	Владеет	Навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности Способностью анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации
ПК – 15 - способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	Знает	Специфику разработки учебных программ и методического обеспечения управленческих дисциплин Современные методы и методики преподавания
	Умеет	Разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Применять современные методы и методики в процессе их преподавания
	Владеет	Способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Навыками применять современные методы и методики в процессе их преподавания
ПК – 5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	Направления исследований факторов внешней среды; Показатели для исследования внешней среды, Методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.
	Умеет	Проводить контент-анализ; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Проводить анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды на деятельность фирмы; Определять факторы, влияющие на развитие рынка и предприятий сферы торговли; Проводить оценку эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торгового предприятия Определять перспективы развития организации на основе оценки

		положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды
	Владеет	Навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений Способностью определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды Методами оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, методами анализа и обоснования эффективности бизнес-проектов в области коммерческой деятельности, компьютерными программами
ПК – 11 - способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	Методы работы с информацией Структуру отчета о маркетинговом исследовании; Нормы научного стиля современного русского языка для оформления результатов исследования.
	Умеет	Подготавливать отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам, Применять профессиональными терминами для оформления результатов исследования; Представлять результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.
	Владеет	Навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений; Владение профессиональными терминами для оформления результатов маркетингового исследования; Навыками представления результатов проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК – 8 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	Методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Показатели результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
	Умеет	Определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Выбирать показатели результатов профессиональной деятельности Готовить аналитические материалы по результатам их применения
	Владеет	Навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности Способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и готовить аналитические материалы по результатам их применения
ПК – 1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	Направления изменений в области профессиональной деятельности Подходы к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
	Умеет	Выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности Применять подходы к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
	Владеет	Навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности Подходами к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК – 3 - способность использовать современные методы управления корпо-	Знает	Финансовые прогнозы маркетингового плана для решения стратегических задач Маркетинговые показатели и ключевые показатели эффективно-

ративными финансами для решения стратегических задач		сти (KPI) Методы формирования маркетингового бюджета
	Умеет	Использовать маркетинговые метрики для решения стратегических задач Изучение прибыльности различных маркетинговых структур и экономической эффективности различных маркетинговых расходов Критически оценивать результаты маркетинговой деятельности
	Владеет	Методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач Методами формирования маркетингового бюджета для решения стратегических задач Навыками представлять отчет, включающий рекомендации на краткосрочную и долгосрочную перспективу.
ПК – 6 - способность действовать проактивно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	Подходы к проектированию, разработке проектов Подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров Подходы к проектированию и разработке бренд-технологий
	Умеет	Находить инновационные идеи при проектировании Выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров Проектировать и разрабатывать бренд-технологии
	Владеет	Навыками проектирования, разработки проектов Навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров Навыками проектирования и разработки бренд-технологий
ПК – 2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает	Подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг Корпоративные стратегии Подходы к разработке корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений
	Умеет	Разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг Разрабатывать корпоративную стратегию, Разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
	Владеет	Навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг Составить план последовательных шагов (дорожную карту) для достижения заданного результата. Способностью разрабатывать корпоративную стратегию Навыками разработки программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК – 7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	Знает	Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности Концепции управления маркетингом Стратегическое планирование бизнес-единицы
	Умеет	Разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Разрабатывать бизнес-портфели и стратегии роста
	Владеет	Навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Применять методы эффективного анализа, разработки стратегии и действий по ключевым концепциям для построения прочных отношений с клиентами

ПК-9 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Методы стратегического анализа Значение понятия «продолжительность жизни клиента»
	Умеет	Применять тактические инструменты, чтобы создать максимальную ценность для целевых клиентов, чтобы максимизировать прибыль Применять методы стратегического анализа при разработке стратегии Определить несколько возможных целевых сегментов в для сегментирования потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков Описать макроэкологические факторы, влияющие на способность компании обслуживать своих клиентов
	Владеет	Методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, Методами сегментирования рынка для выявления целевых сегментов потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков, Навыками оценки конкурентоспособности товаров и предприятий
ПК-13 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знает	Этапы разработки программы маркетинговых исследований Виды исследований по выявлению и решению маркетинговых задач менеджмента Направления исследований факторов внешней среды Показатели для исследования внешней среды; формы составления отчета об исследовании.
	Умеет	Подходы к определению решаемой задачи; Проведение экспертных опросов, для выявления тенденций рынка; Формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней. Собирать информацию из вторичных источников; Использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;
	Владеет	Проводить количественные и качественные исследования; Навыками проведения независимых исследований в соответствии с исследовательской программой коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований
ПК-10 - способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знает	Этапы процесса научного и маркетингового исследования; Методы критического анализа для оценки исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями Подходы к разработке интеллектуальных карт.
	Умеет	Работать с электронными российскими и зарубежными базами данных и библиотечными каталогами; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Строить майнд-карты; Применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач Критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	Владеет	Методологией и методикой проведения научных исследований; Навыками самостоятельной научной и исследовательской работы Способностью обобщать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями и критически их оценивать
ПК-12 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной	Знает	Сущность актуальности, понятие теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования Понятийный аппарат научных и маркетинговых исследований; Значение маркетинговых исследований в управлении предприя-

темы научного исследования		тием.
	Умеет	Применять известные методы научных исследований, Умение представлять результаты исследований учёных по изучаемой проблеме и собственных исследований, Выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы Разработать подход к маркетинговым исследованиям,
	Владеет	Подходом к научным и маркетинговым исследованиям Навыками обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования
ПК – 14 - способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	Знает	Задачи и методы исследования рынка; виды исследовательских проектов Процесс маркетинговых исследований; Показатели для изучения состояния окружающей среды; Методы количественных и качественных исследований
	Умеет	Выделить тенденции рынка; Проводить количественные и качественные исследования Проводить анализ влияния глобальных сил и макрофакторов на деятельность компании; Разработать программу маркетинговых исследований; Определить факторы, влияющие на развитие рынка и предприятия различных сфер деятельности; Определять способы реагирования на маркетинговую среду
	Владеет	Методами маркетинговых исследований; Подходами к изучению влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия и тенденции; Инструментами анализа тенденций развития навыков рынка, определения перспектив развития рынка управленческих решений

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 8 недель /

12 зачетных единиц, 432 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	1 день	4 ч.	Устный опрос, роспись в журнале учета
2	Этап 2 – Производственный этап	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	1-20 день	150 ч.	Устный опрос
3	Этап 3 – Обработка и анализ полученной информации	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	20-32 день	160 ч.	Устный опрос
4	Этап 4 – Подготовка отчета по практике	Написание и оформление отчета	33 - 46 день	110 ч.	Устный опрос
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	47-48 день	8 ч.	Защита отчета
	Итого:		48 дней	432 ч.	

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

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

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

Непосредственными участниками организации проведения практики являются:

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

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

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

Основными нормативно-методическими документами, регламентирую-

щими работу студентов на практике, являются:

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

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

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

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

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

По итогам прохождения преддипломной практики студентом на кафедру предоставляются следующие документы: дневник практики и отчет о практике. В Дневник практики (приложения 3 и 4), наряду с отзывом руководителя практики от организации.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

Форма отчетности по преддипломной практике – зачет с оценкой;

По окончании преддипломной практики студент сдает дифференцированный зачет (с оценкой). Датой зачета (защиты отчета по практике) является последний день преддипломной практики. Время зачета устанавливается сотрудниками студенческого офиса в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Основанием для допуска студента к зачету по практике является полностью и аккуратно (без исправлений) оформленная документация.

Результаты зачета оформляются ведомостью. Оригинал ведомости сдается в учебную часть (студенческий офис). Отрицательная оценка, полученная за прохождение практики, считается академической задолженностью.

Во время защиты (в форме свободного собеседования) студент должен уметь анализировать проблемы, решения, статистику, которые изложены им в отчете и дневнике; обосновать сделанные им выводы и предложения, их законность и эффективность, отвечать на все вопросы по существу отчета.

Итоговая оценка по результатам прохождения преддипломной практики включает:

- 1) оценку, полученную практикантом по месту прохождения практики, которая выставляется руководителем практики от предприятия (учреждения, организации);
- 2) оценку содержания отчета о прохождении практики, которая дается преподавателем кафедры – руководителем практики от кафедры;
- 3) оценку качества собранного в период прохождения практики материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы, которая дается руководителем практики от кафедры;
- 4) оценку результатов защиты отчета о прохождении преддипломной практики (дается также руководителем практики от кафедры).

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{и} = \frac{O1 + O2 + O3}{3},$$

где O1 – оценка, полученная по месту практики;

O2 – оценка содержания отчета (в том числе качества собранного материала);

O3 – оценка результатов защиты.

Критерии дифференциации оценки по преддипломной практике:

«Отлично» – содержание и оформление отчета о практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы по программе практики полные и точные;

«Хорошо» – при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы по программе практики студент допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания;

«Удовлетворительно» – небрежное оформление отчета и дневника. Отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики студента положительные, при ответах на вопросы по программе практики студент допускает ошибки;

«Неудовлетворительно» – эта оценка выставляется студенту, если в отчете освещены не все разделы программы практики, на вопросы студент не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о функциях службы маркетинга, не владеет практическими навыками анализа и оценки уровня организации маркетинговой деятельности на предприятии.

Неудовлетворительная оценка означает, что студент должен пройти практику повторно, либо должен быть представлен к отчислению.

Оценка зачета (с оценкой) по преддипломной практике проставляется в

ведомость, зачетную книжку студента, а также заносится в приложение к диплому. Для студентов, не прошедших практику по уважительным причинам, организуется ее проведение в свободное от учебы время.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения преддипломной практики

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по преддипломной практике проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий: защиты разделов отчёта по преддипломной практике и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

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

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по преддипломной практике проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. В 8 семестре предусмотрен зачёт с оценкой в устной форме в виде собеседования (защита отчёта). Студенты, не получившие положительной оценки по преддипломной практике, считаются не выполнившими учебный план за текущий семестр и не могут быть допущены к подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Форма контроля по итогам преддипломной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков – зачёт с оценкой.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для собеседования (промежуточная аттестация) – зачет с оценкой

Практика на базе предприятия

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
3. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
4. Организационная структура управления предприятием.
5. Анализ кадрового состава предприятия.
6. Перечень поставщиков товаров и услуг.
7. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
8. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
9. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
10. Анализ показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).
11. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия.
12. Организационная структура службы маркетинга на предприятии.
13. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга. В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.
14. Положение о службе маркетинга.

15. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.
16. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.
17. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.
18. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.
19. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.
20. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.
21. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
22. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
23. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).
24. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.
25. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация.
26. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
27. Формат торгового предприятия: понятие, критерии определения, виды, используемый на анализируемом предприятии.
28. Торгово-технологические процессы на предприятии
29. Результаты анализа показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).
30. Описать современные технологии управления ассортиментом на предприятии
31. Описать использование принципов мерчандайзинга на предприятии

32. Подходы к оценке эффективности различных форм организации розничной продажи и применяемые на предприятии

Практика на базе научного направления 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.

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

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	
ПК – 4 - способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	знает (пороговый уровень)	Показатели эффективности хозяйственной деятельности Методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Стратегии предприятия Направления аудита профессиональной деятельности	Отсутствие знаний	Пороговый	
			Фрагментарные знания		Базовый
			Неполные знания		
			Сформированные и систематические знания	Высокий	
	умеет (продвинутый)	Определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Разрабатывать стратегии предприятия	Отсутствие умений	Пороговый	
			Частично освоенное умение		Базовый
			В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	Высокий	
	владеет (высокий)	Навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности Способностью анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Не владеет	Пороговый	
			Фрагментарное владение		Базовый
			В целом успешное, но не систематическое владение	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Высокий	
ПК – 15- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управ-	знает (пороговый уровень)	Специфику разработки учебных программ и методического обеспечения управленческих дисциплин Современные методы и методики преподавания	Отсутствие знаний	Пороговый	
			Фрагментарные знания		Базовый
			Неполные знания		

ленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	умеет (продвинутой)	Разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Применять современные методы и методики в процессе их преподавания	Сформированные и систематические знания	Высокий	
			Отсутствие умений	Пороговый	
			Частично освоенное умение		
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		
	Успешное и систематическое умение	Высокий			
	владеет (высокий)	Способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Навыками применять современные методы и методики в процессе их преподавания	Не владеет	Фрагментарное владение	Пороговый
				В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
				В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
				Успешное и систематическое владение	Высокий
ПК – 5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды				знает (пороговый уровень)	Направления исследований факторов внешней среды; Показатели для исследования внешней среды, Методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.
	Фрагментарные знания				
	Неполные знания	Базовый			
	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания				
	Сформированные и систематические знания	Высокий			
	умеет (продвинутой)	Проводить контент-анализ; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Проводить анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды на деятельность фирмы; Определять факторы, влияющие на развитие рынка и предприятий сферы торговли; Проводить оценку эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торгового предприятия Определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Отсутствие умений	Частично освоенное умение	Пороговый
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
				В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
				Успешное и систематическое умение	Высокий
				владеет (высокий)	Навыками маркетингового анализа для приня-

	кий)	тия управленческих решений Способностью определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды Методами оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, методами анализа и обоснования эффективности бизнес-проектов в области коммерческой деятельности, компьютерными программами	Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Высокий
ПК – 11 - способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	знает (пороговый уровень)	Методы работы с информацией Структуру отчета о маркетинговом исследовании; Нормы научного стиля современного русского языка для оформления результатов исследования.	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	Высокий
	умеет (продвинутый)	Подготавливать отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам, Применять профессиональными терминами для оформления результатов исследования; Представлять результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	Высокий
	владеет (высокий)	Навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений; Владение профессиональными терминами для оформления результатов маркетингового исследования; Навыками представления результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
		Успешное и систематическое владение	Высокий	
ПК –8 - способность	знает (порого-	Методы исследования тенденций изменения	Отсутствие знаний	

использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	высокий уровень)	конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Показатели результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаро-ведной)	Фрагментарные знания		
			Неполные знания		
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		
			Сформированные и систематические знания		
	умеет (продвину- нутый)	Определять подходы и выбирать методы исследова- ния тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления биз- нес-процессами Выбирать показатели результатов профессио- нальной деятельности Готовить аналитические материалы по резуль- татам их применения		Отсутствие умений	Пороговый
				Частично освоенное умение	
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
				Успешное и систематическое умение	
	владеет (высо- кий)	Навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес- технологий для управления бизнес-процессами Навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности Способностью использовать количественные и качественные методы для проведения приклад- ных исследований и готовить аналитические материалы по результатам их применения		Не владеет	Пороговый
				Фрагментарное владение	
				В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
				Успешное и систематическое владение	
ПК – 1 - способ- ность управлять организациями, подразделениями, группами (коман- дами) сотрудников, проектами и сетями	знает (порого- вый уровень)	Направления изменений в области профессио- нальной деятельности Подходы к управлению организациями, подраз- делениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Отсутствие знаний	Пороговый	
			Фрагментарные знания		
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Базовый	
			Сформированные и систематические знания		
	умеет (продви- нутый)	Выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности Применять подходы к управлению организа- циями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями		Отсутствие умений	Пороговый
				Частично освоенное умение	
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
				Успешное и систематическое умение	
	владеет (высо- кий)	Навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности		Не владеет	Пороговый
				Фрагментарное владение	

		Подходами к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	
ПК – 3 - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	знает (пороговый уровень)	Финансовые прогнозы маркетингового плана для решения стратегических задач Маркетинговые показатели и ключевые показатели эффективности (KPI) Методы формирования маркетингового бюджета	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	
	умеет (продвинутый)	Использовать маркетинговые метрики для решения стратегических задач Изучение прибыльности различных маркетинговых структур и экономической эффективности различных маркетинговых расходов Критически оценивать результаты маркетинговой деятельности	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	
	владеет (высокий)	Методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач Методами формирования маркетингового бюджета для решения стратегических задач Навыками представлять отчет, включающий рекомендации на краткосрочную и долгосрочную перспективу.	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	
ПК – 6 - способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	знает (пороговый уровень)	Подходы к проектированию, разработке проектов Подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров Подходы к проектированию и разработке бренд-технологий	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	

	умет (продвинутый)	Находить инновационные идеи при проектировании Выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров Проектировать и разрабатывать бренд-технологии	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
	Успешное и систематическое умение	Продвинутый		
	владеет (высокий)	Навыками проектирования, разработки проектов Навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров Навыками проектирования и разработки бренд-технологий	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	
ПК – 2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	знает (пороговый уровень)	Подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг Корпоративные стратегии Подходы к разработке корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	Сформированные и систематические знания	Продвинутый		
	умет (продвинутый)	Разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг Разрабатывать корпоративную стратегию, Разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	
владеет (высо-	Навыками разработки проектов по формирова-	Не владеет	Пороговый	

	кий)	нию новых рынков товаров и услуг Составить план последовательных шагов (дорожную карту) для достижения заданного результата. Способностью разрабатывать корпоративную стратегию Навыками разработки программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
ПК – 7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	знает (пороговый уровень)	Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности Концепции управления маркетингом Стратегическое планирование бизнес-единицы	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Разрабатывать бизнес-портфели и стратегии роста	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	владеет (высокий)	Навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Применять методы эффективного анализа, разработки стратегии и действий по ключевым концепциям для построения прочных отношений с клиентами	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
		Успешное и систематическое владение	Продвинутый	
ПК-9 - владение методами экономического и стратегического	знает (пороговый уровень)	Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый

ческого анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	умеет (продвинутый)	Методы стратегического анализа Значение понятия «продолжительность жизни клиента»	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	Продвинутый
			Успешное и систематическое владение	
		Применять тактические инструменты, чтобы создать максимальную ценность для целевых клиентов, чтобы максимизировать прибыль Применять методы стратегического анализа при разработке стратегии Определить несколько возможных целевых сегментов в для сегментирования потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков Описать макроэкологические факторы, влияющие на способность компании обслуживать своих клиентов	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
	владеет (высокий)	Методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, Методами сегментирования рынка для выявления целевых сегментов потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков, Навыками оценки конкурентоспособности товаров и предприятий	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	Продвинутый
			Успешное и систематическое владение	
			Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый		
	ПК-13 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	знает (пороговый уровень)	Этапы разработки программы маркетинговых исследований Виды исследований по выявлению и решению маркетинговых задач менеджмента Направления исследований факторов внешней среды Показатели для исследования внешней среды; формы составления отчета об исследовании.	Не владеет
Фрагментарное владение				
В целом успешное, но не систематическое владение				Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
Успешное и систематическое владение				Продвинутый
умеет (продвинутый)		Подходы к определению решаемой задачи; Проведение экспертных опросов, для выявления тенденций рынка; Формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней. Собирать информацию из вторичных источников;	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый

		Использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;		
	владеет (высокий)	Проводить количественные и качественные исследования; Навыками проведения независимых исследований в соответствии с исследовательской программой коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
ПК-10 - способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	знает (пороговый уровень)	Этапы процесса научного и маркетингового исследования; Методы критического анализа для оценки исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями Подходы к разработке интеллектуальных карт.	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Работать с электронными российскими и зарубежными базами данных и библиотечными каталогами; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Строить майнд-карты; Применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач Критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	владеет (высокий)	Методологией и методикой проведения научных исследований; Навыками самостоятельной научной и исследовательской работы Способностью обобщать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями и критически их оценивать	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый

ПК-12 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	знает (пороговый уровень)	Сущность актуальности, понятие теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования Понятийный аппарат научных и маркетинговых исследований; Значение маркетинговых исследований в управлении предприятием.	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Применять известные методы научных исследований, Умение представлять результаты исследований учёных по изучаемой проблеме и собственных исследований, Выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы Разработать подход к маркетинговым исследованиям,	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	владеет (высокий)	Подходом к научным и маркетинговым исследованиям Навыками обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
		Успешное и систематическое владение	Продвинутый	
ПК – 14 - способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	знает (пороговый уровень)	Задачи и методы исследования рынка; виды исследовательских проектов Процесс маркетинговых исследований; Показатели для изучения состояния окружающей среды; Методы количественных и качественных исследований	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Выделить тенденции рынка; Проводить количественные и качественные исследования Проводить анализ влияния глобальных сил и макрофакторов на деятельность компании;	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый

		Разработать программу маркетинговых исследований;	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	Продвинутый	
		Определить факторы, влияющие на развитие рынка и предприятия различных сфер деятельности;	Успешное и систематическое владение		
	владеет (высокий)	Определять способы реагирования на маркетинговую среду	Методами маркетинговых исследований;	Не владеет	Пороговый
			Подходами к изучению влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия и тенденции;	Фрагментарное владение	
			Инструментами анализа тенденций развития навыков рынка, определения перспектив развития рынка управленческих решений	В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
				В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
				Успешное и систематическое владение	Продвинутый

Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по 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 учебной практики:

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

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

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

Критерии оценки (устный ответ)

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

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

✓ 3- балла - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 1-2 балла - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последователь-

ности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

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

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

Для оформления результатов 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 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 3 и 4.

3. **Отчет студента** по преддипломной практике. В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального зада-

ния, выданного студенту перед началом практики, а также всех пунктов программы практики, а также получение указанных выше компетенций. Титульный лист отчета о практике представлен в приложении 1.

Отчет о прохождении преддипломной практики магистров по направлению подготовки «Менеджмент» программа подготовки «Стратегический маркетинг» должен включать следующие элементы:

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

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

Объем отчета о 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 преддипломной 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 соответствии с требованиями Методических указаний по оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ ШЭМ).

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

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

Отчет магистранта 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;
- разработанный методический подход к исследованию проблемы (оценке конкурентоспособности, анализу спроса и т.п.);
- майнд-карту, которая оформляется в виде схемы смысловых понятий.
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

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

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>
2. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>
3. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>

4. Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455015>
5. Никишкин, В. В., Твердохлебова, М.Д Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 96 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/475369>
6. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. – 336 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=512747>
7. 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>
8. Синяева, И.М., Мишулин, Г.М., Фойгель, М.А., Константиныди Х.А. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0277-0 <http://znanium.com/catalog/product/361399>
9. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс]: Монография / И. М. Синяева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. – 166 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>
10. Секерин, В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник / В.Д. Секерин В. Д. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 237 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=519568>
11. 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>

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

13. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 288 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424027>

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

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

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

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

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

4. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>)

5. Казанцев, А.К. Управление операциями: Учебник / А.К. Казанцев, В.В. Кобзев, В.М. Макаров; Под общ. ред. А.К. Казанцева. – М.: НИЦ

ИНФРА-М, 2013. – 478 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369426>)

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

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

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

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

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

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

12. Сергеев, В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:

НИЦ ИНФРА-М, 2014. – XXX, 634 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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. <http://marketing-now.ru>.

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

3. Информационный портал, на котором публикуются статьи и обсуждаются вопросы о маркетинге и менеджменте. <http://market-manager.ru>.

4. Компания Продажи.ру содействует владельцам и топ-менеджерам компаний в повышении эффективности бизнеса. Продажи.ру специализируется на

- проведении корпоративных тренингах, семинарах и бизнес-консалтинге. <http://prodaji.ru>.
5. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу. <http://www.merchandising.ru>.
6. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. Представлена информация о её деятельности, прочитаете статьи и другие информационные материалы, узнаете, где можно купить полезную литературу, какие обучающие программы можно посетить, а также сможете пообщаться в форуме с коллегами по розничному цеху. <http://www.retailclub.ru>.
7. Ресурс «Инновации и предпринимательство» создан для информационной поддержки предпринимателей и фирм, занятых в сфере инновационного бизнеса. <http://www.innovbusiness.ru>.
8. Единый информационно-аналитический портал государственной поддержки инновационного развития бизнеса в России. <http://innovation.gov.ru>.
9. Ресурс Научно-практического журнала «Инновации» рассчитан прежде всего на тех, для кого создание и использование новшеств стало частью профессиональной деятельности. Журнал посвящен вопросам развития инновационной деятельности, внедрения научных и технических достижений в хозяйственную практику, особенностям развития научно-технической деятельности в новых условиях, развитию процессов передачи технологий. Главное назначение журнала Редакция видит в оказании информационной поддержки всем, кто принимает управленческие решения на уровне фирмы или отрасли, региона или федерации, всем участникам инновационных процессов, идущих в России. <http://innov.etu.ru>.

10. Областное казённое учреждение «Агентство по инновациям и развитию» - специализированная организация в сфере инноваций, занимающаяся оценкой, сопровождением и внедрением инновационных проектов. Совместно с органами государственной власти и субъектами инновационной инфраструктуры Агентство обеспечивает создание благоприятных условий для развития конкурентной среды в инновационной сфере и поддержку малого и среднего предпринимательства с целью формирования современной национальной инновационной системы. <http://www.innoros.ru/about>.

11. Портал «9000 инноваций» — это краудсорсинговый проект, позволяющий участвовать в продвижении инновационных разработок, продукции или услуг неограниченного числа лица. Миссия портала — создание информационной площадки для: объединения широкой аудитории, заинтересованной в продвижении [новых технологий и инноваций](#); маркетингового продвижения предприятий и организаций, их продукции, услуг; организации информационного сопровождения этих процессов. <http://9000innovations.ru/o-portale>.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Для полноценного прохождения преддипломной практики студенту необходимо использовать компьютер с доступом в сеть Интернет.

Во время прохождения преддипломной практики обучающийся может использовать современную аппаратуру и средства обработки данных (компьютеры, вычислительные комплексы, разрабатываемые программы и пр.), которые находятся в соответствующей преддипломной организации.

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBYY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением

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

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

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

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64-bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с

	ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками
--	--

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

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

Составители:

Доцент кафедры маркетинга, коммерции

и логистики

А.А.Напалкова

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол от «06» июля 2018 г. №.9

**Форма титульного листа отчета о прохождении преддипломной
практики**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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. М1206смп

_____ А.Д. Иванов

Отчет защищен:

с оценкой _____

_____ И.О. Фамилия

подпись

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики

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

_____ Л.О. Иванов

Регистрационный № _____

« ____ » _____ 20__ г.

подпись

И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок

с « ____ » _____ 20__ г.

по « ____ » _____ 20__ г.

В _____

г. Владивосток

20__



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК
 прохождения преддипломной практики
 магистранта 2 курса группы М1206смп
 Школы экономики и менеджмента
 Дальневосточного федерального университета
 направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
 профиль «Стратегический маркетинг»

Сорокина Игоря Юрьевича

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

Л.О. Иванов

27.02.201_
 М.П.



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ХАРАКТЕРИСТИКА

магистранта 2 курса группы М1206смп
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
профиль «Стратегический маркетинг»
Сорокина Игоря Юрьевича

Руководитель практики

Л.О. Иванов

27.02.201_
М.П.