



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

## **СБОРНИК РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.01 Экономика**

**Программа бакалавриата**

**Торговое дело**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения): 4 года

Год начала подготовки: 2022

Сборник рабочих программ практик составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 954

Сборник рабочих программ практик обсужден на заседании департамента маркетинга и развития рынков протокол от «18» ноября 2021 г. № 3

Директор Департамента маркетинга и развития рынков

Романова И.М.

Составители: Носкова Е.В., Савостина С.Е., Романова И.М.

Владивосток  
2022


## СОДЕРЖАНИЕ

1. Учебная практика. Ознакомительная практика
2. Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая)
3. Производственная практика. Преддипломная практика



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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Школы экономики и  
менеджмента  
  
Е.Б. Гафорова

«21» января 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**  
(Учебная практика. Ознакомительная практика)  
Для направления подготовки

**38.03.01 Экономика**  
**Программа бакалавриата**  
**Наименование образовательной программы: Торговое дело**

Владивосток  
2022

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Целями учебной практики. Ознакомительной практики являются:

- закрепление, углубление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин обязательной части;
- приобретение первичных профессиональных навыков в будущей профессиональной деятельности;
- наработка опыта по сбору и систематизации информации, необходимой и достаточной для решения поставленных задач в области профессиональной деятельности;
- освоение навыков проведения контент-анализа на основе анализа ведущих рецензируемых российских и зарубежных изданий;
- освоение навыков организации исследовательского процесса, в том числе разработки методического подхода к исследованию, рабочего инструментария;
- формирование и применение у обучающихся компетенций, необходимых для исследовательской деятельности и обеспечивающих реализацию прикладных проектов (выполненных самостоятельно или в составе творческого коллектива);
- овладение навыками разработки презентаций и публичной защиты результатов практики перед компетентной аудиторией;
- приобретение навыков работы в команде.

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

## 2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами учебной практики. Ознакомительной практики по направлению подготовки 38.03.01 Экономика образовательная программа Торговое дело являются:

Задачами производственной преддипломной практики являются:

- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для решения поставленной профессиональной задачи;
- обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов;
- применение цифровых сервисов и парсеров для сбора требуемой информации;
- разработка исследовательского инструментария для проведения качественных и количественных параметров спроса;
- поиск лучших бенчмарков, их анализ и получение инсайтов для практики принятия решений;
- поиск информации о деловой активности конкурентов;
- визуализация процесса принятия о покупке потребителями на основе собранных данных;
- подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов;
- проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов;
- участие в разработке решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по улучшению рассматриваемых явлений и процессов.

### 3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Учебная практика. Ознакомительная практика является составной частью образовательной программы, входит в часть, формируемую участниками

ми образовательных отношений учебного плана (индекс Б2.В.01 (У) и является обязательной.

Для успешного прохождения учебной практики. Ознакомительной практики у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

Учебная практика. Ознакомительная практика проходит в 4-м семестре, является первой из 3-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.01 Экономика образовательная программа Торговое дело. Содержание учебной практики. Ознакомительной практики предполагает предшествующее частичное освоение предметов обязательной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения учебной практики. Ознакомительной практики являются знания, умения, полученные при

изучении таких дисциплин, как «Основы проектной деятельности», «Риторика и академическое письмо», «Управленческое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Введение в экономику», «Микроэкономика», «Основы цифровой грамотности», «Цифровые технологии в экономике», «Статистика». В результате прохождения учебной практики. Ознакомительной практики у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Логистика», «Электронная коммерция», «Управление продажами», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования и бенчмаркинг», «Торговый маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Логистика складирования и запасов» и т.д.

#### 4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – учебная практика. Ознакомительная практика

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

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

Место проведения практики – учебная практика проводится на базе департамента / кафедры.

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.

#### 5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Аналитический	ПК-1 Способен планировать и реализовывать маркетинговое исследование, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для решения целевых задач предприятий сферы торговли	ПК -1.1 Исследует поведение потребителей, деловую активность конкурентов, бенчмарки отраслевых лидеров, количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК -1.1 Исследует поведение потребителей, деловую активность конкурентов, бенчмарки отраслевых лидеров, количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде	умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления профессиональной деятельности, исследовать количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде
	умеет оценивать новые рыночные возможности, анализировать бенчмарки отраслевых лидеров и формулировать бизнес-идеи
	умеет оценивать поведение потребителей, исследовать деловую активность операторов рынка, определять тренды и перспективы развития рынка

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 недели / 2 зачетные единицы, 72 часа.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	Подготовительный этап	Консультацию по организации учебной практики	4,0	собеседование
2	Разработка методического подхода к выполнению поставленного задания	Постановка исследовательского вопроса	10,0	собеседование
		Подбор и обоснование методов исследования		
		Разработка инструментария		
		Определение особенностей исследуемого процесса и проч.		



№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
3	Сбор и анализ требуемой (необходимой и достаточной) кабинетной информации	Работа с фондами фундаментальной библиотеки ДВФУ, в том числе с электронными базами и ресурсами	12,0	Собеседование, анализ проведенного кабинетного исследования, проверка релевантности используемых источников информации
		Поиск информации посредством работы с официальными базами данных, с периодической печатью, с сайтами сети интернет и проч.		
		Контент-анализ собранной информации, систематизация полученных данных		
4	Сбор полевой информации (интервью с экспертами)	Постановка гипотез на исследование, подбор экспертов	16,0	Собеседование, проверка «релевантности» гипотез, проверка гайда
		Корректировка гипотез, доработка инструментария		
		Интервьюирование экспертов		
5	Анализ полевой информации	Визуализация результатов полевого исследования	10,0	Собеседование, проверка правильности оформления инфографики
6	Генерирование идей и принятие управленческих решений по результатам кабинетных и полевых исследований	Систематизация кабинетных и полевых исследований	12,0	Собеседование-дискуссия
		Выдвижение идей и гипотез в области принятия управленческих решений		
		Подбор аргументов в пользу выдвинутых управленческих решений на основе результатов исследования		
7	Подготовка итогового отчета по учебной практике	Оформление отчета в соответствии с предъявляемыми требованиями	8,0	Публичная защита отчета с презентацией в Power Point
		Подготовка презентации		
<b>Итого:</b>			<b>72,0</b>	

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ

### – Подготовительный этап

#### *Вопросы для собеседования*

1. Поясните причины ведения Дневника практики.

2. Перечислите основные правила поведения студента на рабочем месте в момент прохождения практики.
3. Перечислите правила внутреннего распорядка во время прохождения учебной практики.
4. Укажите, каким образом должно быть оборудовано рабочее место студента во время прохождения практики.
5. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
6. Перечислите права студента во время прохождения практики.

**– Разработка методического подхода к выполнению поставленного задания**

*Контрольные вопросы*

1. Перечислите структурные элементы методического подхода к исследованию.
2. Чем отличаются цели от задач исследования, сопоставьте их.
3. Правила постановки гипотез исследовательского проекта.
4. Структурные элементы календарного плана исследования.
5. Что такое концепция «дизайн мышления»?
6. Правила проведения «мозгового шторма» при разработке рабочего инструментария исследования.
7. Методы сбора данных: характеристика и условия применения.
8. Методы анализа данных: условия применения.
9. Исследовательский вопрос: правила постановки, аргументация.
10. Методы определения объема выборки.
11. Состояние и тенденции развития рынка: показатели для анализа, методы анализа, подходы к подаче материала.
12. Характеристики, определяемые особенности исследовательского процесса.
13. Показатели, характеризующие товарное предложение.
14. Показатели, характеризующие спрос (реальный и потенциальный).

15. Методы определения емкости рынка.

#### **– Сбор кабинетной информации**

##### *Контрольные вопросы*

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

#### **– Планирование полевого исследования**

##### *Контрольные вопросы*

1. Качественные и количественные методы сбора данных.
2. Глубинное интервью: правила разработки гайда.
3. Инструкция для интервьюера: требования к составлению.
4. Критерии выбора экспертов.
5. Механизмы тестирования рабочего инструментария.
6. Неструктурированное наблюдение: причины проведения.
7. Пилотное исследование: правила проведения.

#### **– Реализация полевого исследования**

##### *Контрольные вопросы*

1. Этика поведения исследователя во время интервьюирования.

2. Подходы к выбору мест проведения интервью.
3. Правила работы исследователя с экспертами.
4. Методы он-лайн опросов экспертов.
5. Методы фиксации данных.
6. Проблемы, с которыми сталкивается исследователь и пути их решения.

**– Анализ и обработка собранной информации**

*Контрольные вопросы*

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

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

*Контрольные вопросы*

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

**9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ (УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ))**

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

## **I Вариант задания**

Основная задача, которая стоит перед студентами при прохождении практики – разработка рекомендаций предприятиям сферы торговли по итогам исследования товарного рынка.

Характеристика этапов учебной практики:

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

1) статистических сборников;

2) отраслевых и маркетинговых журналов («Маркетинг», «Практический маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Менеджмент в России и за рубежом», «Секрет фирмы», «Индустрия рекламы», «Эксперт», «БИКИ и т.д.);

3) деловых изданий;

4) блогов, сайтов, социальных сетей.

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

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

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

2) характеристику инфраструктуры рынка, системы распределения (типы торговцев, реализующих данный товар, их статус и краткая характеристика, характеристика мест продажи данного товара, на рисунке изобразить

сложившиеся каналы распределения данного товара, т.е. как товар доводится до конечного потребителя);

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

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

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

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

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

– *пятый этап:* визуализировать собранную информацию.

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

## **II Вариант задания**

Основные задачи, которые ставятся перед студентами: (1) на основе контент-анализа российских практик за пятилетний период определить особенности товаров, востребованных потребителями на рынках стран АТР, эффективных каналов сбыта и технологий продвижения; (2) на основе контент-анализа зарубежных практик за пятилетний период определить особенности товаров, востребованных потребителями на рынках стран АТР, эффективных каналов сбыта и технологий продвижения.

**Подробное описание содержания:** на основе анализа профессиональных порталов, сайтов российских и зарубежных компаний, научных статей, индексируемых Elibrary и Scopus, кейс-стади и проч. определяются особенности поведения российских и китайских потребителей при выборе товаров и услуг. Результаты проекта будут ориентированы на определение конкретных маркетинговых стимулов (атрибуты продукта (упаковка, расфасовка, цветовые, вкусовые и прочие предпочтения, сбыта (выбор каналов сбыта, форматы торговых предприятий, особенности выкладки / мерчандайзинг и проч.), маркетинговых коммуникаций (результативность продвижения товаров на основе различных маркетинговых технологий) с учетом специфических моделей поведения потребителей. На завершающем этапе проекта выдвигаются гипотезы относительно моделей поведения потребителей на рынках стран АТР.

В результате перечень результатов по итогам практики:

1. Ключевые ресурсы компаний, необходимые для предложения и доставки потребительской ценности
2. Перспективные потребительские сегменты на рынках стран АТР
3. Перспективные каналы сбыта, в том числе с учетом развития цифровых технологий
4. Перспективные технологии продвижения
5. Постановка проблем, с которыми сталкиваются компании при выходе на рынки стран АТР

В ходе выполнения проекта студенты приобретают навыки:

- soft skills (работа в команде, коммуникационные навыки, умение отстаивать собственную точку зрения и презентовать результаты своего труда);
- hard skills (умение собирать и анализировать вторичную информацию, проводить контент-анализ, участвовать в «мозговом штурме», выдвигать гипотезы)

Роли студентов на практике: аналитик – 2 чел.; контент-менеджер – 2 чел.; координатор – 1.

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

**Форма контроля** по итогам учебной практики. Ознакомительной практики – зачет с оценкой.

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

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

Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)	Критерии	Показатели
ПК-1 Способен планировать и реализовывать маркетинговое исследование, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для решения целевых задач предприятий сферы торговли	ПК -1.1 Исследует поведение потребителей, деловую активность конкурентов, бенчмарки отраслевых лидеров, количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде	умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления профессиональной деятельности, исследовать количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде	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	
		умеет оценивать новые рыночные возможности, анализировать бенчмарки отраслевых лидеров и формулировать бизнес-идеи	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	
	умеет оценивать поведение потребителей, исследовать деловую активность операторов рынка, определять тренды и перспективы развития рынка		Отсутствие умений	Пороговый
		Частично освоенное умение		
В целом успешное, но не систематическое умение		Базовый		
В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение				



Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)	Критерии	Показатели
			Успешное и систематическое умение	Высокий

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

### **Требования к структуре и содержанию отчета**

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

### **Структура отчета (обязательное требование) для I варианта:**

1. Аналитическая записка
2. Дневник практики (включает перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики)
3. Аналитическая записка
4. Разработка подхода к исследованию
5. Состояние, тенденции развития, проблемы (по группам) изучаемого рынка
6. Анализ результатов полевых исследований рынка
7. Техника проведения исследования. Описать технику проведения исследования, с какими проблемами столкнулись при сборе первичной и вторичной информации, как их решали.

8. Рекомендации и предложения операторам рынка по результатам исследований
9. Список использованных источников
10. Глоссарий
11. Приложение. В приложении разместить инструкцию для интервьюера, листы контроля за анкетным опросом, квот-листы, маршрутные листы, и прочий разработанный инструментарий в рамках исследовательского проекта.
12. Характеристика руководителя практики

**Структура отчета (обязательное требование) для II варианта:**

1. Аналитическая записка
2. Дневник практики (включает перечень и краткое описание ежедневных видов работ, выполненных студентом во время практики в соответствии с календарным планом прохождения практики)
3. Разработка подхода к исследованию
4. Анализ российских и зарубежных маркетинговых практик
  - 4.1 Ключевые ресурсы компаний, необходимые для предложения и доставки потребительской ценности
  - 4.2. Перспективные потребительские сегменты на рынках стран АТР
  - 4.3. Перспективные каналы сбыта, в том числе с учетом развития цифровых технологий
  - 4.4. Перспективные технологии продвижения
5. Выдвижение гипотез относительно моделей поведения потребителей на рынках стран АТР
6. Результаты экспертного опроса
7. Заключение
8. Список использованных источников
9. Глоссарий
10. Приложение
11. Характеристика руководителя практики

## **Критерии оценки отчета по учебной практике. Ознакомительной 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).

### **Критерии оценки отчета по практике**

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

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

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

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКИ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Баркер Джоэл *Опережающее мышление: как увидеть новый тренд раньше других* / Баркер Джоэл. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 192 с. — ISBN 978-5-9614-4786-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82627.html>
2. Котлер Ф. *Десять смертных грехов маркетинга* / Котлер Филип. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-9614-5187-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82930.html>
3. Котлер Ф. *Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей* / Котлер Филип, Фернандо Триас де Бес. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-1200-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82704.html>
4. Сет Годин *Разрешительный маркетинг: как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя* / Сет Годин. — Москва : Альпина Пабл-

шер, 2019. — 240 с. — ISBN 978-5-9614-1978-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86782.html>

5. Шив Ч.Д. Курс MBA по маркетингу / Шив Ч.Д., Хайэм А.У. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 720 с. — ISBN 978-5-9614-1603-9. — Текст электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86900.html>

### Дополнительная литература

1. Арндт Трайндл. Нейромаркетинг: визуализация эмоций. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 114 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58560.html>

2. Захарова Ю.А. Чего хотят женщины и как на этом заработать? Секреты маркетинга (2-е издание) – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – 158 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

3. Джеффри Дж. Фокс Как стать суперзвездой маркетинга. Необычные правила, благодаря которым победно зазвенит ваш кассовый аппарат / Джеффри Дж. Фокс. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. — 227 с. — ISBN 978-5-9614-0607-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82894.html>

4. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга. – М.: Инфра-Инженерия, 2017. – 182 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69015.html>

5. Кеннеди Дэн. Жесткие продажи: заставьте людей покупать при любых обстоятельствах. – М.: Альпина-Паблишер, 2020. – 293 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=368546>

6. Филиппов С. Sales-детонатор: Как добиться взрывного роста продаж / Филиппов С. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 184 с. — ISBN 978-5-9614-4681-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82978.html>

## Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Портал «Маркетинг» объединяет все полезные ресурсы, касающиеся маркетинга, которые пригодятся в работе не только начинающих маркетологов, но и будут интересны специалистам по маркетингу. URL: <http://marketing.web-3.ru/research/>

2. РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое URL: <http://marketing.rbc.ru>

3. Федеральная служба государственной статистики – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика. URL: <http://www.gks.ru>

4. Всемирная торговая организация (World Trade Organization). URL: <http://www.wto.org/>

5. Образовательный портал НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)

6. Российская национальная библиотека (РНБ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.hbl-russia.ru](http://www.hbl-russia.ru)

7. Российская государственная библиотека (РГБ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)

8. Институт научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.inion.ru](http://www.inion.ru)

9. Образовательный портал «Социально-гуманитарное и политическое образование» [www.auditorium.ru](http://www.auditorium.ru)

10. Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.economics.edu.ru](http://www.economics.edu.ru)

11. Экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.economics.ru](http://www.economics.ru)

12.Каталог книг «Библус» по всем отраслям науки [Электронный ресурс].  
– Режим доступа: [www.biblus.ru](http://www.biblus.ru)

13.Библиотека по техническому и фундаментальному экономическому анализу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.forexpf.ru](http://www.forexpf.ru)

14.Библиотека «Либертариум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[www.libertarium.ru](http://www.libertarium.ru)

**Сервисы мобильной аналитики:**

App Annie,	MobileAction,
Appfollow,	PrioriData,
APPLYzer,	SensorTower

**Сервисы маркетинговой аналитики:**

[megaindex.ru](http://megaindex.ru); [ru.megaindex.com](http://ru.megaindex.com)  
[pr-cy.ru](http://pr-cy.ru), [cy-pr.com](http://cy-pr.com);  
[Alexa.com](http://Alexa.com);  
[webomer.ru](http://webomer.ru);  
[SimilarWeb.com](http://SimilarWeb.com);  
[seranking.ru](http://seranking.ru);  
SerpStat,  
SemRush,  
[Advse.ru](http://Advse.ru),  
[Popsters.ru](http://Popsters.ru)  
SpyWords,  
Megaindex,  
SimilarSites

**Сервисы мониторинга социальных сетей:**

Медиалогия  
Brand Analytics  
Babkee  
IQbuzz  
YouScan

**Перечень информационных технологий  
и программного обеспечения**

1. Правовая информационная система «Консультант-плюс»  
[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

## 2. Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru).

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

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ. ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

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



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

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

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

### **Составитель**

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики,  
канд. экон. наук, доцент

Е.В. Носкова

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол №7 от «14» января 2021 г.



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

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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Школы экономики и  
менеджмента

  
Е.Б. Гафурова

«21» января 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
(Технологическая (проектно-технологическая))  
Для направления подготовки**

**38.03.01 Экономика  
Программа бакалавриата  
Наименование образовательной программы: Торговое дело**

Владивосток  
2022

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ**

Цель технологической (проектно-технологической) практики:

– приобретение обучающимся профессиональных знаний, умений и навыков в проектно-технологической деятельности, эмпирической основой которых является полученная теоретическая подготовка по дисциплинам базовой части блока «Дисциплины (модули)» таких, как «Управленческое мышление», «Эконометрика», «Экономический анализ», «Проектная деятельность», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Статистика», «Финансы», «Бухгалтерский (финансовый) учет».

Особое внимание уделяется анализу экономической, маркетинговой, логистической деятельности организации.

## **2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ**

Задачами технологической практики (в расчетно-экономической деятельности) являются:

– получение начальных профессиональных знаний и навыков работы в выбранной для прохождения практики организации (предприятии);

– изучение особенностей и нормативных основ деятельности организации (предприятия);

– получение навыков по сбору и обработке бухгалтерской, финансовой и статистической информации управленческого направления;

– изучение данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях;

– углубление знаний в области анализа рисков деятельности организации (предприятия), освоение навыков аналитика в области мониторинга рисков;

– освоение приемов соблюдения требований безопасности организации (предприятия) при работе с внешними контрагентами;

– сбор, систематизация и обработка сведений из информационных источников открытой печати об основных направлениях деятельности организации (предприятия) и его структурных подразделений, состоянии ликвидности, платежеспособности, достаточности уровня доходности, рискам, его основных конкурентах и контрагентах;

– подготовка аналитической записки по результатам обобщения деловой информации об организации (предприятии) для клиентов и партнеров данного хозяйствующего субъекта;

– написание и защита отчета по практике в соответствии с компетентностным подходом к аттестации.

### **3. МЕСТО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП**

Технологическая практика (проектно-технологическая) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.В.02(П), формируемая участниками образовательных отношений и является обязательной.

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

– способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

– выбирать современные методы информационных технологий и программные средства поиска, сбора, обработки, и передачи научной информации для решения стандартных задач;

- применять методики поиска, сбора и обработки информации с помощью современных компьютерных технологий, системный подход, современные программные средства для решения поставленных задач;
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- описывать задачи профессиональной деятельности, используя профессиональную терминологию и модели экономической науки;
- применять корректные модели и методы для решения прикладных задач;
- способность осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;
- способность анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;
- способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;
- способность использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;
- способность планировать и реализовывать маркетинговое исследование, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для решения целевых задач предприятий сферы торговли.

Прохождению технологической (проектно-технологической) практики предшествует изучение дисциплин как «Управленческое мышление», «Эконометрика», «Экономический анализ», «Проектная деятельность», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Статистика», «Финансы», «Бухгалтерский (финансовый) учет», «Маркетинг», «Логистика»,

«Коммерческая деятельность», «Управление продажами», «Маркетинговые исследования».

Технологическая (проектно-технологическая) практика проходит в 6-м семестре, является второй из 3-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.01 Экономика образовательная программа «Торговое дело».

Прохождение технологической (проектно-технологической) практики дает студентам навыки, необходимые для закрепления полученных знаний и освоения последующих дисциплин: «Маркетинговое управление», «Торговый маркетинг»; «Логистика складирования и запасов», «Логистика распределения».

#### **4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – технологическая (проектно-технологическая) практика.

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывно.

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

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 6-ом семестре на 3-м курсе. Общая продолжительность практики составляет 2 недели (108 часов, 3 зач. ед).

Местом проведения практики являются предприятия, организации различных организационно-правовых форм, работающих в разных сферах предпринимательства: производственной, коммерческой, финансовой. Базы практики определяются в соответствии с индивидуальными и целевыми договорами на подготовку специалистов.

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.

Для осуществления процедуры промежуточной аттестации по итогам практики для обучающихся, относящихся к категории инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

– форма проведения аттестации по итогам практики устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.);

– при необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Направление студентов на технологическую практику оформляется приказом заместителя Директора Школы экономики и менеджмента, проект которого подготавливается профильной кафедрой за месяц до выхода студентов на практику.

Заведующий кафедрой назначает руководителя практики из числа преподавателей профильной кафедры.

Руководитель практики от кафедры обязан:

- проинформировать студентов не позднее, чем за 2 месяца до начала практики о необходимости заключения договора о сотрудничестве с организацией-базой практики и написания заявления на практику;

- в срок не позднее, чем за 2 месяца до начала практики согласовать программу практики с руководителями практики от организаций-партнеров, календарный план проведения практики;

- не позднее, чем за 3 дня до начала практики (или даты отъезда обучающихся к месту прохождения практики) выдать обучающимся пакет документов: направление на практику, программу практики, индивидуальное задание;

- оказывать методическую помощь обучающимся при возникновении вопросов в процессе прохождения практики или сборе материалов;
- оказывать методическую помощь организации, принимающей на практику обучающихся;
- контролировать выполнение программы производственной/технологической практики;
- проверить отчет по практике и организовать его защиту.

Студенты обязаны не позднее, чем за 2 месяца до начала практики предоставить на кафедру подписанное заявление на практику и, в случае необходимости, подписанный договор о сотрудничестве с организацией (3 экз.).

В соответствии с приказом о направлении студентов на практику учебным управлением ДВФУ выдается направление на практику, которое предъявляется по прибытии в отдел кадров предприятия. На предприятии назначается руководитель практики студента, который определяет ему индивидуальное задание в соответствии с программой практики и календарным графиком, помогает в подборе необходимых нормативных документов, консультирует по вопросам, возникающим в процессе освоения программы практики, проверяет и удостоверяет правильность представленных материалов подписью на титульном листе отчета, которая заверяется печатью банка.

Студент обязан прибыть на место практики в срок, указанный в направлении.

Студент обязан работать в режиме организации, полностью соблюдать трудовую дисциплину и не покидать рабочего места без разрешения руководителя от базы практики. Если студент по какой-то причине длительное время отсутствовал на практике, ему продлевается на это время период практики.



## 5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен управлять ассортиментом товаров, обеспечивать необходимый уровень качества торговых услуг для достижения высокого уровня удовлетворенности и лояльности потребителей к предприятиям сферы	ПК-2.1 Формирует ассортиментную политику и реализует стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик и инновационных технологий под требования целевой аудитории
		ПК-2.2 Разрабатывает стандарты мерчандайзинга предприятий сферы торговли
		ПК-2.3 Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли
		ПК-2.4 Формирует и реализует программы лояльности потребителей предприятиями сферы торговли
	ПК-3 Способен разрабатывать стратегии продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с учетом специфики предприятий сферы торговли	ПК-3.1 Формирует портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли
		ПК-3.2 Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
		ПК-3.3 Формирует программу продвижения предприятий сферы торговли
	ПК-4 Способен организовывать и планировать деятельность предприятий сферы торговли и их материально-техническое обеспечение, закупку и продажу товаров в соответствии с целевыми задачами	ПК-4.1 Разрабатывает торгово-технологические процессы предприятий сферы торговли
		ПК-4.2 Составляет планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли и обосновывает закупки товаров
		ПК-4.3 Осуществляет процедуры закупок
		ПК-4.4 Управляет продажами в сфере торговли
	ПК-5 Способен участвовать в выборе и формировании	ПК-5.1 Организует работу склада предприятий сферы торговли
		ПК-5.2 Организует логистическую

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	логистических процессов на предприятиях сферы торговли	деятельность по перевозке грузов в цепи поставок
		ПК-5.3 Рассчитывает сроки, объемы поставок товаров (услуг), составляет схемы перемещения и хранения товаров на предприятиях сферы торговли

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-2.1 Формирует ассортиментную политику и реализует стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик и инновационных технологий под требования целевой аудитории	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды ассортиментной политики;</li> <li>- стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик</li> <li>- виды инновационных технологий</li> </ul>
	<p><b>умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать ассортиментную политику;</li> <li>- реализовывать стандарты обслуживания предприятий сферы торговли;</li> <li>- применять инновационные технологии под требования целевой аудитории</li> </ul>
ПК-2.2 Разрабатывает стандарты мерчандайзинга предприятий сферы торговли	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила мерчандайзинга в современном торговом бизнесе;</li> <li>- значение мерчандайзинга в повышении уровня обслуживания покупателей;</li> <li>- влияние мерчандайзинга на торгово-технологический процесс розничного торгового предприятия; особенности мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов;</li> <li>- основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга; виды технологической планировки торгового зала и подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков.</li> </ul>
	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать эффективную систему мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов;</li> <li>- осуществлять сегментацию площади торгового зала и правильное размещение оборудования, товаров, узлов расчета для формирования маршрутов движения покупателей;</li> <li>- проводить анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале.</li> </ul>
ПК-2.3 Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различные уровни бренд-менеджмента: от символики, названия и логотипа бренда до организации маркетингового исследования образа торговой марки или особенностей выведения на рынок нового бренда;</li> <li>- технологии управления активами торговой марки;</li> <li>- концепты и методологию создания сильных брендов;</li> <li>- новые технологии брендинга.</li> </ul>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p><b>Умеет:</b>  пользоваться различными моделями и методиками современного брендинга;  - формировать архитектуру бренда;  - применять на практике методы анализа, креатива и инновации в брендинге;  - оценивать торговый знак, логотип, слоган, шрифт, цвет и другие составляющие фирменного стиля;  - анализировать характерные ошибки при создании бренда</p>
ПК-2.4 Формирует и реализует программы лояльности потребителей предприятиями сферы торговли	<p><b>Знает:</b>  - понятие, виды лояльности;  - правила формирования программ лояльности потребителей;</p> <p><b>Умеет:</b>  - разрабатывать и реализовывать программу лояльности потребителей</p>
ПК-3.1 Формирует портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли	<p><b>Знает:</b>  - способы формирования портрета потребителей;  - особенности поведения потребителей</p> <p><b>Умеет:</b>  Формировать портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли</p>
ПК-3.2 Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<p><b>Знает:</b>  - каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p> <p><b>Умеет:</b>  - подбирать и формирует каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>
ПК-3.3 Формирует программу продвижения предприятий сферы торговли	<p><b>Знает:</b>  - элементы продвижения;  - программы продвижения</p> <p><b>Умеет:</b>  - формировать программу продвижения предприятий сферы торговли</p>
ПК-4.1 Разрабатывает торгово-технологические процессы предприятий сферы торговли	<p><b>Знает:</b>  - особенности организации и планирования деятельности предприятий сферы торговли по закупке и продаже товаров,  - специфику торгово-технологических процессов торгового предприятия</p> <p><b>Умеет:</b>  - разрабатывать схемы торгово –технологических процессов торговых предприятий</p>
ПК-4.2 Составляет планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли и обосновывает закупки товаров	<p><b>Знает:</b>  - специфику торгово-технологических процессов торгового предприятия  - процедуру материально-технического обеспечения предприятий сферы торговли</p> <p><b>Умеет:</b>  - составлять планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли</p>
ПК-4.3 Осуществляет процедуры закупок	<p><b>Знает:</b>  - обосновывать процедуру закупок товаров;  - управлять продажами</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<b>Умеет:</b> обосновывать процедуру закупок товаров; - управлять продажами
ПК-4.4 Управляет продажами в сфере торговли	<b>Знает:</b> - общую схему процесса продажи; - психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных типов поведения; - ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями; - техники и приёмы продаж, используемые при работе с клиентами; - потребности покупателя и способы влияния на предпринимаемые им решения.
	<b>Умеет:</b> Работать с индивидуальными и групповыми клиентами; Выявлять запросы покупателя.

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

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

Таблица 1 – Разделы (этапы) практики и виды учебной работы

№ п/п	Разделы (этапы) практик	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость, в часах	Форма текущего контроля
1	Подготовительный	Изучение видов деятельности, организационно-правовой формы организации.	12	Отчет (раздел отчета)
2	Исследовательский	Изучение структуры управления организацией. Место экономической службы в системе управления организацией и ее функции.	12	Отчет (раздел отчета)
		Изучение форм статистической, оперативной отчетности, источников управленческой информации.	12	Отчет (раздел отчета)
		Уровни управления	20	Отчет

		финансовым планированием организации. Содержание процесса финансового планирования		(раздел отчета)
		Мониторинг финансовой деятельности организации	24	Отчет (раздел отчета)
		Международная финансовая отчетность, результаты деятельности организации.	20	Отчет (раздел отчета)
3	Итоговая аттестация	Оформление отчета по практике	6	Отчет (раздел отчета)
		Семинар-защита	2	Отчет (раздел отчета)
Итого			108	Зачет с оценкой

Для того чтобы освоить необходимый объем компетенций и профессиональных навыков технологическую (проектно-технологическую) практику необходимо осуществляется поэтапно.

На первом этапе практики предусматривается знакомство с местом прохождения практики с целью изучения системы управления, масштабов и организационно-правовой формы организации. На данном начальном этапе практики осуществляется: знакомство с нормативными актами, регламентирующими деятельность организации; составление схем, отражающих производственную и организационную структуру управления предприятием и т.п.

На втором (исследовательском) этапе практики студент изучает основные экономические и финансовые показатели работы организации за последние 3-5 лет; стратегии хозяйствующего субъекта на конкурентных рынках операций и сделок. Для успешного осуществления двух этапов практики студенту рекомендуется использовать уставы и положения организации, годовую финансовую отчетность; бухгалтерский баланс и другие плановые и отчетные формы и документы организации.

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

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ)**

Во время прохождения технологической (проектно-технологической) практики студенты 3-го курса направления 38.03.01 Экономика образовательная программа «Торговое дело» должны изучить вопросы, изложенные в индивидуальном задании, в частности:

–основные стратегические цели и задачи деятельности организации; ключевые факторы успеха и конкурентные преимущества; роль на местном, региональном и мировым рынке, основные конкуренты, партнеры и клиенты организации;

–основные продукты, услуги организации, продуктовая, сбытовая политика;

–основные направления финансовой деятельности организации;

–нормативные акты, регламентирующие деятельность организации, статистическая и оперативная отчетность, источники информации о деятельности организации; и

–финансовая и управленческая отчетность организации, изменение финансового положения организации за последние 3-5 лет;

–современное состояние и перспективы развития деятельности организации.

До начала практики руководитель практики от кафедры должен сформировать и согласовать содержание индивидуального задания с руководителем практики от предприятия.

Отчет по учебной практике оформляется по мере изучения отдельных разделов программы. Студент представляет разделы отчета руководителю практики от кафедры.

## 8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Форма контроля по итогам технологической (проектно-технологической) практики – **зачёт с оценкой.**

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

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Шкала оценивания компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели
ПК-2.1 Формирует ассортиментную политику и реализует стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик и инновационных технологий под требования целевой аудитории	<b>Знает:</b> - виды ассортиментной политики; - стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик - виды инновационных технологий	Знание видов ассортиментной политики, стандартов обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик видов инновационных технологий	Способность определять виды ассортиментной политики, стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик, виды инновационных технологий
	<b>умеет:</b> - формировать ассортиментную политику; - реализовывать стандарты обслуживания предприятий сферы торговли; - применять инновационные технологии под требования целевой аудитории	умение формировать ассортиментную политику, реализовывать стандарты обслуживания предприятий сферы торговли, применять инновационные технологии под требования целевой аудитории	Способность формировать ассортиментную политику, реализовывать стандарты обслуживания предприятий сферы торговли, применять инновационные технологии под требования целевой аудитории
ПК-2.2 Разрабатывает стандарты мерчандайзинга предприятий сферы	<b>Знает:</b> - правила мерчандайзинга в современном	Знание стандартов мерчандайзинга предприятий сферы торговли	Способность применять правила мерчандайзинга в современном торговом

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели
торговли	<p>торговом бизнесе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- значение мерчандайзинга в повышении уровня обслуживания покупателей;</li> <li>- влияние мерчандайзинга на торгово-технологический процесс розничного торгового предприятия;</li> <li>особенности мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов;</li> <li>- основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга;</li> <li>виды технологической планировки торгового зала и подходы к распределению площади торгового зала и регулированию покупательских потоков.</li> </ul>		<p>бизнесе,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>определять значение мерчандайзинга в повышении уровня обслуживания покупателей,</li> <li>влияние мерчандайзинга на торгово-технологический процесс розничного торгового предприятия.особенности мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов;</li> <li>- основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга; виды технологической</li> </ul>
	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать эффективную систему мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов;</li> <li>- осуществлять сегментацию площади торгового зала и правильное размещение оборудования, товаров, узлов расчета для формирования маршрутов движения</li> </ul>	<p>Умение организовать эффективную систему мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов</p>	<p>Способность осуществлять сегментацию площади торгового зала и правильное размещение оборудования, товаров, узлов расчета для формирования маршрутов движения покупателей, проводить анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале.</p>



Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели
	покупателей; - проводить анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале.		
ПК-2.3 Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли	<b>Знает:</b> - различные уровни бренд-менеджмента: от символики, названия и логотипа бренда до организации маркетингового исследования образа торговой марки или особенностей выведения на рынок нового бренда; - технологии управления активами торговой марки; - концепты и методологию создания сильных брендов; - новые технологии брендинга.	Знание принципов формирования и развития брендов предприятий сферы торговли	Способность использовать технологии управления активами торговой марки, концепты и методологию создания сильных брендов, новые технологии брендинга.
	<b>Умеет:</b> пользоваться различными моделями и методиками современного брендинга; - формировать архитектуру бренда; - применять на практике методы анализа, креатива и инновации в брендинге; - оценивать торговый знак, логотип, слоган, шрифт, цвет и другие составляющие фирменного стиля; - анализировать характерные ошибки при создании бренда	<b>Умение</b> пользоваться различными моделями и методиками современного брендинг,	Способность формировать архитектуру бренда, применять на практике методы анализа, креатива и инновации в брендинге.
ПК-2.4 Формирует и реализует программы лояльности потребителей	<b>Знает:</b> - понятие, виды лояльности; - правила	Знание принципов формирования и реализации программы	Способность разрабатывать программы лояльности потребителей

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели
предприятиями сферы торговли	формирования программ лояльности потребителей;	лояльности потребителей предприятиями сферы торговли	предприятиями сферы торговли
	<b>Умеет:</b> - разрабатывать и реализовывать программу лояльности потребителей	<b>Умение</b> разрабатывать программу лояльности потребителей	Способность реализовывать программы лояльности потребителей предприятиями сферы торговли
ПК-3.1 Формирует портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли	<b>Знает:</b> - способы формирования портрета потребителей; - особенности поведения потребителей	Знание способов формирования портрета потребителей и особенностей поведения потребителей	Способность определять способы формирования портрета потребителей и особенностей поведения потребителей
	<b>Умеет:</b> Формировать портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли	Умение определять особенности поведения потребителей	Способность формировать портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли
ПК-3.2 Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<b>Знает:</b> - каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знание каналов и системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Способность определять показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
	<b>Умеет:</b> - подбирать и формирует каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Умение формировать каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Способность подбирать и формирует каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
ПК-3.3 Формирует программу продвижения предприятий сферы торговли	<b>Знает:</b> - элементы продвижения; - программы продвижения	<b>Знание</b> элементов продвижения; программ продвижения	Способность выбирать средства продвижения при разработке программ продвижения
	<b>Умеет:</b> - формировать программу	Умение формировать программу продвижения	Способность формировать программу

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели
	продвижения предприятий сферы торговли	предприятий сферы торговли	продвижения предприятий сферы торговли
ПК-4.1 Разрабатывает торгово-технологические процессы предприятий сферы торговли	<b>Знает:</b> - особенности организации и планирования деятельности предприятий сферы торговли по закупке и продаже товаров, - специфику торгово-технологических процессов торгового предприятия	Знание особенностей организации и планирования деятельности предприятий сферы торговли по закупке и продаже товаров	Способность определять специфику торгово-технологических процессов торгового предприятия
	<b>Умеет:</b> - разрабатывать схемы торгово – технологических процессов торговых предприятий	Умение разрабатывать схемы торгово – технологических процессов торговых предприятий	Способность к разработке схем торгово – технологических процессов торговых предприятий
ПК-4.2 Составляет планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли и обосновывает закупки товаров	<b>Знает</b> - специфику торгово-технологических процессов торгового предприятия - процедуру материально-технического обеспечения предприятий сферы торговли	Знание специфики торгово-технологических процессов торгового предприятия	Способность осуществлять процедуру материально-технического обеспечения предприятий сферы торговли
	<b>Умеет</b> - составлять планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли	Умение составлять планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли	Способность составлять планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли
ПК-4.3 Осуществляет процедуры закупок	<b>Знает:</b> - обосновывать процедуру закупок товаров; - управлять продажами	Знание этапов закупки, способов управления продажами	Способность определить этапы процедуры закупки, продажу
	<b>Умеет:</b> Осуществлять процедуру закупок товаров; - управлять продажами	Умение осуществлять процедуру закупок товаров; - управлять продажами	Способность выбирать методы продажи
ПК-4.4 Управляет продажами в сфере торговли	<b>Знает:</b> - общую схему процесса продажи; - психологические особенности и специфику делового взаимодействия с	Знание общей схемы процесса продажи; психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных	Способность определять ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели
	людьми различных типов поведения; - ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями; - техники и приёмы продаж, используемые при работе с клиентами; - потребности покупателя и способы влияния на предпринимаемые им решения.	типов поведения.	
	<b>Умеет:</b> Работать с индивидуальными и групповыми клиентами; Выявлять запросы покупателя.	Умение работать с индивидуальными и групповыми клиентами; Выявлять запросы покупателя.	Способность осуществлять техники и приёмы, используемые при работе с клиентами, а также потребности покупателя и способы влияния на предпринимаемые им решения.

### **Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по технологической (проектно- технологической) практике**

Защита отчета проходит в сроки, установленные в приказе на практику. Для обучающихся, проходящих стационарную практику, аттестация проводится в последний день практики. Если дата аттестации по итогам практики, проходящей в летний период, совпадает с праздничным днем, аттестация проводится в течение 2-х недель после начала учебных занятий.

Форма контроля прохождения технологической практики (в расчетно-экономической деятельности) – *зачёт с дифференцированной оценкой* (Критерии оценки см. в таблице 2).

Таблица 2 – Критерии оценки

Баллы	Оценка зачета	Требования к сформированным компетенциям
85-100	<i>«отлично»</i>	Студент свободно излагает основные разделы отчета по практике, отвечает на открытые вопросы по предметной области исследования с приведением практических примеров на основе данных предприятия – базы практики. Отчет по практике выполнен в соответствии с требованиями программы практики с глубокой проработкой каждого раздела, самостоятельно сформулированными выводами по результатам исследования. Допускается процент заимствования текста не более 15%.
65-84	<i>«хорошо»</i>	Студент излагает основные разделы отчета по практике, отвечает на открытые вопросы по предметной области исследования с приведением практических примеров на основе данных предприятия – базы практики. Отчет по практике выполнен в соответствии с требованиями программы практики с глубокой проработкой каждого раздела, самостоятельно сформулированными выводами по результатам исследования. Допускается процент заимствования текста не более 25%.
45-64	<i>«удовлетворительно»</i>	Студент не стройно излагает основные разделы отчета по практике, затруднительно отвечает/не может ответить на открытые вопросы по предметной области исследования с приведением практических примеров на основе данных предприятия – базы практики. Отчет по практике выполнен в соответствии с требованиями программы практики с глубокой проработкой каждого раздела, самостоятельно сформулированными выводами по результатам исследования. Допускается процент заимствования текста не более 45%.
1-44	<i>«неудовлетворительно»</i>	Студент не ориентируется по структуре отчета по практике, не отвечает на вопросы по содержанию отчета, не может привести практические примеры на основе данных предприятия – базы практики. Отчет выполнен не в полном объеме и/ или не в соответствии с требованиями программы практики, отсутствуют выводы по результатам исследования. Процент заимствования текста превышает 55%.

При оценке результатов практики учитываются знание студентом методик анализа, самостоятельность расчетов, приобретенные практические навыки в работе с экономической документацией, трудовая и исполнительская дисциплина, знание нормативных актов, правильность оформления отчета.

Если студент получает «незачет» («неудовлетворительно») по преддипломной практике, то он проходит ее вновь в свободное от аудиторных часов время.

### **Методические указания по составлению отчета по технологической (проектно- технологической) практике**

Отчет по технологической (проектно- технологической) практике оформляется по мере изучения отдельных разделов программы. Студент представляет разделы отчета руководителям практики от предприятия и от кафедры.

В отчете студент систематизирует все материалы, выполненные на рабочем месте, приводит данные о выполненной им лично работе, с приложением расчетов, графиков и т.д.

Структура отчета по практике:

1. Титульный лист (Приложение 1).
2. Справка-подтверждение.
3. Характеристика руководителя практики (в свободной форме).
4. Дневник по практике (Приложение 2). Заполняется в соответствии с разделами (этапами) практики, видами работ, фактически выполняемыми студентами на практике.
5. Индивидуальное задание.
6. Оглавление (формируется автоматически с помощью инструментов Word).
7. Введение (во введении кратко описать цели и задачи практики).
8. Описание рабочего места и функциональных обязанностей студента на период практики. Охарактеризовать рабочее место практиканта, отразить отзывы и рекомендации по оптимизации процесса организации практики для руководителя практики от предприятия.
9. Характеристика базы практики. Полное название, организационно-правовая форма, наименование учредительных документов, основные виды деятельности, отраженные в учредительных документах, указание специфических особенностей функционирования предприятия, обусловленных региональной, отраслевой спецификой, формами организации взаимодействия с контрагентами, деловыми партнёрами и др. Организационная и производственная структура управления предприятием.

Нормативно-правовые источники, регламентирующие деятельность предприятия.

10. Основная часть (в соответствии с индивидуальным заданием).

11. Заключение. Отообразить результаты исследования на каждом этапе преддипломной практики.

12. Список использованных источников.

13. Приложения.

В процессе составления отчета студент получает систематическую помощь от руководителей практики со стороны кафедры и предприятия.

**По окончании практики студент должен подписать у руководителя практики от предприятия отчет, справку-подтверждение, характеристику и дневник и заверить их печатью предприятия.**

Отчет по практике должен быть оформлен в соответствии с методическими указаниями для студентов очной и заочной форм обучения ШЭМ ДВФУ «Выполнение и оформление выпускных квалификационных и курсовых работ».

Компьютерный текст печатается на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (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»;
- поля: левое – 25-30 мм; правое – 10 мм; верхнее и нижнее – 20 мм.

Страницы нумеруют с титульного листа арабскими цифрами сквозной нумерацией по всему тексту. Номер страницы проставляют посередине в нижней части листа без точки, начиная с введения.

Каждый раздел должен начинаться с новой страницы.

В процессе выполнения работы необходимо обратить особое внимание на культуру письма, не допускать грамматических, орфографических и синтаксических ошибок.

После заголовка точка не ставится, подчеркивать заголовок не следует. Номер соответствующего раздела или подраздела ставят в начале заголовка, номер пункта – в начале первой строки абзаца, которым начинается соответствующий пункт.

Таблицы оформляют следующим образом: слева над таблицей без абзацного отступа размещают слово «Таблица», после него приводят номер таблицы, затем ставят тире и с прописной буквы пишут название таблицы. Шрифт наименования таблицы – 14 пт. Наименование таблицы не подчеркивают, точку после наименования таблицы не ставят. Пробел строки между наименованием таблицы и самой таблицей не проставляется.

Схемы, графики именуется рисунками. Нумеруются рисунки в пределах всего отчета. Слово «Рисунок» и его номер приводят под графическим материалом. Далее может быть приведено его тематическое наименование, отделенное тире. Шрифт тематического наименования – 14 пт.

## **9.УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ**

### **Основная литература:**

1. Экономический анализ : учебник для вузов / Л.Т. Гиляровская [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 615 с. — ISBN 5-238-00383-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81599.html>

2. Экономическая теория. Макроэкономика : учебник / И.В. Ильинский [и др.]. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-7937-1651-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная



система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102991.html>  
(дата обращения: 18.02.2021)

3. Киселева Л.Г. Экономический анализ и оценка результатов коммерческой деятельности : учебное пособие / Киселева Л.Г.. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 99 с. — ISBN 978-5-4487-0061-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68930.html> (дата обращения: 18.02.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/68930>

4. Фадеева И.Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие / Фадеева И.Е.. — Астрахань : Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-93026-084-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93079.html> Чайковская Н.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / Чайковская Н.В., Панягина А.Е.. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 226 с. — ISBN 978-5-4486-0590-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83260.htm>

5. Моисеенко Д.Д. Экономика предприятий (организаций) : краткий курс лекций для студентов обучающиеся профилю: экономика предприятия и организаций, менеджмент / Моисеенко Д.Д.. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2017. — 153 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83946.html>

6. Серков Л.Н. Экономика торгового предприятия : учебно-методическое пособие / Серков Л.Н., Узунов В.В.. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2017. — 160 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/73285.html>

### Дополнительная литература:

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность : учебник / Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.. — Москва : Дашков и К, 2017. — 500 с. — ISBN 978-5-394-01418-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60422.html> (дата обращения: 18.02.2021)

2. Количественные методы в экономических исследованиях : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Ю.Н. Черемных [и др.].. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 687 с. — ISBN 978-5-238-02331-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74891.html>

3. Салихов Б.В. Экономическая теория : учебник / Салихов Б.В.. — Москва : Дашков и К, 2018. — 723 с. — ISBN 978-5-394-01762-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85202.htm>

4. Ермишина А.В. Экономика фирмы : учебник / Ермишина А.В.. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 356 с. — ISBN 978-5-9275-2794-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87781.html> (дата обращения: 18.02.2021).

5. Экономика [Электронный ресурс]: конспект лекций для студентов вузов / Д.Р. Вахитов. — Электрон. текстовые данные. — М.: Российский государственный университет правосудия, 2015. — 327 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49618>.

6. Микроэкономика. Экономика предприятия (организации) : учебное пособие для СПО / Е.А. Аникина [и др.].. — Саратов : Профобразование, 2021. — 428 с. — ISBN 978-5-4488-0917-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

<http://www.iprbookshop.ru/99933.html> (дата обращения: 18.02.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Леонов С.А. Организация производства. Управление сбытовой деятельностью производственного предприятия : учебное пособие / Леонов С.А., Попов Ю.А.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 91 с. — ISBN 978-5-7937-1808-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102937.html> (дата обращения: 18.02.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

2. Научная электронная библиотека ДВФУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dvfu.ru/library/>.

3. Elibrary – научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

### Перечень информационных технологий и программного обеспечения

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

	<p>Notepad++ 6.68 – текстовый редактор  Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов  R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твердотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных.  WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu;  Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации  Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.</p>
--	--

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В РАСЧЕТНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

В период прохождения технологической практики материально-технической базой являются организации (предприятия), имеющие договорные отношения с ДВФУ. Материально–техническое обеспечение технологической практики:

- оборудованное рабочее место с компьютером и доступом в Интернет;
- доступ к поисковым системам;
- доступ к нормативным актам и внутренним документам, регламентирующим деятельность организации;
- доступ к финансовой и управленческой отчетности организации;
- учебники, учебно- методические издания по дисциплинам «Управленческое мышление», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Эконометрика», «Финансы», «Экономический анализ», «Проектная деятельность», «Бухгалтерский (финансовый) учет» и др.

### **Составитель**

Старший преподаватель кафедры

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

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «14» января 2021 г. № 7



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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

Кафедра \_\_\_\_\_

**О Т Ч Е Т**

о прохождении технологической практики (проектно-технологической)  
практики

Выполнил студент гр. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
подпись

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Регистрационный № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
подпись

Руководитель практики  
Должность руководителя практики  
от ДВФУ

\_\_\_\_\_ 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 технологической практики (проектно-технологической) практики**

бакалавра \_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_

Школы экономики и менеджмента  
 Дальневосточного федерального университета  
 направления подготовки 38.03.01 Экономика  
 (образовательная программа «Торговое дело»)

**ФИО студента полностью**

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

И.О. Фамилия

Дата  
 М.П.



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

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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Школы экономики и  
менеджмента

  
Е.Б. Гафурова

«21» января 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
(Преддипломная практика)  
Для направления подготовки**

**38.03.01 Экономика  
Программа бакалавриата  
Наименование образовательной программы: Торговое дело**

Владивосток  
2022

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)**

Целями преддипломной практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;
- изучение особенностей функционирования конкретных технологических процессов на предприятии или организации;
- освоение приемов, методов и способов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров производственных технологических и других процессов.
- принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях;
- принятие участия в разработке и реализации проектов
- освоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований и т.д.

## **2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)**

Задачами производственной преддипломной практики являются:

**расчетно-экономическая деятельность:**



– подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

– проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;

– разработка экономических разделов планов предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т. д.;

**аналитическая, научно-исследовательская деятельность:**

– поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;

– обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов;

– построение стандартных теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов;

– анализ и интерпретация показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом;

– подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов;

– проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов;

– участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;

**организационно-управленческая деятельность:**

– участие в разработке вариантов управленческих решений, обосновании их выбора на основе критериев социально-экономической

эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений;

- организация выполнения порученного этапа работы;
- оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта;
- участие в подготовке и принятии решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности экономических служб и подразделений предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. с учетом правовых, административных и других ограничений.

### **3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОП**

Производственная преддипломная практика является составной частью профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практика» учебного плана (индекс Б2.В.03(П)) и является обязательной.

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

УК – 1 – Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК – 2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УК – 3 – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК – 4 – Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

УК – 5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

УК – 6 – Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

УК – 7 – Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

УК – 8 – Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов;

УК – 9 – Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах;

УК – 10 – Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

УК – 11 – Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

ОПК – 1 – Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач;

ОПК – 2 – Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;

ОПК – 3 – Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;

ОПК – 4 – Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

ОПК – 5 – Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;

Тип задач профессиональной деятельности: Аналитический:

ПК – 1 – Способен планировать и реализовывать маркетинговое исследование, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для решения целевых задач предприятий сферы торговли;

Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий

ПК – 2 – Способен управлять ассортиментом товаров, обеспечивать необходимый уровень качества торговых услуг для достижения высокого уровня удовлетворенности и лояльности потребителей к предприятиям сферы торговли;

ПК – 3 – Способен разрабатывать стратегии продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с учетом специфики предприятий сферы торговли;

ПК – 4 – Способен организовывать и планировать деятельность предприятий сферы торговли и их материально-техническое обеспечение, закупку и продажу товаров в соответствии с целевыми задачами;

ПК – 5 – Способен участвовать в выборе и формировании логистических процессов на предприятиях сферы торговли;

Производственная преддипломная практика проходит в 8-м семестре, является третьей из 3-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.03.01 Экономика образовательная программа «Торговое дело». Содержание производственной преддипломной практики предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной преддипломной практики являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Статистика», «Информационные технологии в торговле»,

«Маркетинг», «Логистики», «Маркетинговые исследования и бенчмаркинг», «Проектная деятельность», «Коммерческая деятельность», «Поведение потребителей», «Торговый маркетинг», «Брендинг», «Логистика закупок и транспорта», «Маркетинговые коммуникации», «Логистика складирования и запасов», «Мерчандайзинг» и др.

В результате прохождения производственной преддипломной практики у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего написания выпускной квалификационной работы.

#### **4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – преддипломная.

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывно.

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

Местом проведения производственной преддипломной практики являются: организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также кафедра маркетинга, коммерции и логистики Школы экономики и менеджмента ДВФУ.

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

## 5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

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

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Аналитический	<b>ПК-1</b> Способен планировать и реализовывать маркетинговое исследование, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для решения целевых задач предприятий сферы торговли	<b>ПК-1.1</b> Исследует поведение потребителей, деловую активность конкурентов, бенчмарки отраслевых лидеров, количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде <b>ПК-1.2</b> Прогнозирует изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин <b>ПК-1.3</b> Формирует ценностные предложения и разрабатывает рекомендации по комплексу маркетинга предприятий сферы торговли
Организационно-управленческий	<b>ПК-2</b> Способен управлять ассортиментом товаров, обеспечивать необходимый уровень качества торговых услуг для достижения высокого уровня удовлетворенности и лояльности потребителей к предприятиям сферы торговли	<b>ПК-2.1</b> Формирует ассортиментную политику и реализует стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик и инновационных технологий под требования целевой аудитории <b>ПК-2.2</b> Разрабатывает стандарты мерчандайзинга предприятий сферы торговли <b>ПК-2.3</b> Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли <b>ПК-2.4</b> Формирует и реализует программы лояльности потребителей предприятиями сферы торговли
Организационно-управленческий	<b>ПК-3</b> Способен разрабатывать стратегии продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с учетом специфики предприятий сферы торговли	<b>ПК-3.1</b> Формирует портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли <b>ПК-3.2</b> Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет <b>ПК-3.3</b> Формирует программу продвижения предприятий сферы торговли
Организационно-управленческий	<b>ПК-4</b> Способен организовывать и планировать деятельность предприятий сферы торговли и их материально-	<b>ПК-4.1</b> Разрабатывает торгово-технологические процессы предприятий сферы торговли

	техническое обеспечение, закупку и продажу товаров в соответствии с целевыми задачами	<p><b>ПК-4.2</b> Составляет планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли и обосновывает закупки товаров</p> <p><b>ПК-4.3</b> Осуществляет процедуры закупок</p> <p><b>ПК-4.4</b> Управляет продажами в сфере торговли</p>
Организационно-управленческий	<b>ПК-5</b> Способен участвовать в выборе и формировании логистических процессов на предприятиях сферы торговли	<p><b>ПК-5.1</b> Организует работу склада предприятий сферы торговли</p> <p><b>ПК-5.2</b> Организует логистическую деятельность по перевозке грузов в цепи поставок</p> <p><b>ПК-5.3</b> Рассчитывает сроки, объемы поставок товаров (услуг), составляет схемы перемещения и хранения товаров на предприятиях сферы торговли</p>

<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)</b>
<b>ПК-1.1</b> Исследует поведение потребителей, деловую активность конкурентов, бенчмарки отраслевых лидеров, количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде	умеет анализировать экономические и социальные условия осуществления профессиональной деятельности, исследовать количественные и качественные параметры спроса, в том числе в цифровой среде
	умеет оценивать новые рыночные возможности, анализировать бенчмарки отраслевых лидеров и формулировать бизнес-идеи
	умеет оценивать поведение потребителей, исследовать деловую активность операторов рынка, определять тренды и перспективы развития рынка
<b>ПК-1.2</b> Прогнозирует изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин	умеет прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
	умеет применять результаты прогнозирования спроса для решения целевых задач компании
<b>ПК-1.3</b> Формирует ценностные предложения и разрабатывает рекомендации по комплексу маркетинга предприятий сферы торговли	умеет использовать маркетинговые исследования для изучения удовлетворения потребностей покупателей товаров предприятий в сфере торговли
	умеет принимать маркетинговые решения в современных рыночных условиях на основе знания потребностей покупателей товаров и услуг в их качественном и количественном выражении
<b>ПК-2.1</b> Формирует ассортиментную политику и реализует стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик и инновационных технологий под требования целевой аудитории	умеет формировать ассортиментную политику
	умеет реализовывать стандарты обслуживания предприятий сферы торговли
	умеет применять инновационные технологии под требования целевой аудитории
<b>ПК-2.2</b> Разрабатывает стандарты мерчандайзинга предприятий сферы торговли	умеет организовать эффективную систему мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов
	умеет осуществлять сегментацию площади торгового зала и правильное размещение оборудования, товаров, узлов расчета для формирования маршрутов движения покупателей
	умеет проводить анализ «холодных» и «горячих» зон в торговом зале
<b>ПК-2.3</b> Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли	умеет формировать архитектуру бренда
	умеет применять на практике методы анализа, креатива и инновации в брендинге
	умеет оценивать торговый знак, логотип, слоган, шрифт, цвет и

<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)</b>
	другие составляющие фирменного стиля
<b>ПК-2.4</b> Формирует и реализует программы лояльности потребителей - предприятиями сферы торговли	умеет разрабатывать и реализовывать программу лояльности потребителей
<b>ПК-3.1</b> Формирует портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли	умеет формировать портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли
<b>ПК-3.2</b> Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	умеет подбирать и формирует каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
<b>ПК-3.3</b> Формирует программу продвижения предприятий сферы торговли	умеет формировать программу продвижения предприятий сферы торговли
<b>ПК-4.1</b> Разрабатывает торгово-технологические процессы предприятий сферы торговли	умеет разрабатывать схемы торгово –технологических процессов торговых предприятий
<b>ПК-4.2</b> Составляет планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли и обосновывает закупки товаров	умеет составлять планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли
<b>ПК-4.3</b> Осуществляет процедуры закупок	умеет обосновывать процедуру закупок товаров; - управлять продажами
<b>ПК-4.4</b> Управляет продажами в сфере торговли	умеет работать с индивидуальными и групповыми клиентами;
	умеет выявить запросы покупателя
	умеет корректировать свои действия с учетом особенностей поведения клиента
	умеет принимать управленческие решения по оптимизации процесса управления продажами торгового предприятия
<b>ПК-5.1</b> Организует работу склада предприятий сферы торговли	умеет правильно осуществлять надлежащую приемку, хранение и отгрузку товаров со склада потребителям;
	умеет изыскивать оптимальные логистические системы управления запасами товаров;
	умеет выявлять непроизводительные логистические затраты, связанные с формированием и содержанием запасов;
	умеет проектировать сети распределения на основе имеющихся ресурсов
	умеет проводить анализ систем распределения; управлять логистическими процессами в логистических системах распределения
	умеет собрать и проанализировать экономические показатели, характеризующие складскую деятельность предприятий сферы



Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по практике)
	торговли
	умеет применять способы сокращения и предупреждения логистических издержек в системе распределения товаров
	умеет использовать методы оптимального размещения, хранения товаров и стандартизации складских процессов
<b>ПК-5.2</b> Организует логистическую деятельность по перевозке грузов в цепи поставок	умеет выявлять основные проблемы и «узкие места» в логистической деятельности предприятия
	умеет определять возможные пути повышения эффективности транспортировки грузов
<b>ПК-5.3</b> Рассчитывает сроки, объемы поставок товаров (услуг), составляет схемы перемещения и хранения товаров на предприятиях сферы торговли	умеет проводить элементарные расчеты, связанные с транспортировкой грузов
	умеет применять подходы к организации государственно-частного партнерства на транспорте
	умеет применять принципы устойчивого развития и «зеленой логистики» к транспортным системам

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	Подготовительный этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомьтесь с правами студента во время прохождения практики</li> <li>2. Ознакомьтесь с обязанностями студента во время прохождения практики.</li> <li>3. Ознакомьтесь в каком виде (объем и структура) студент должен предоставить отчет по результатам практики.</li> <li>4. Ознакомьтесь как заполняется дневник о практике.</li> <li>5. Ознакомьтесь с требованиями к распорядку проведения практики.</li> <li>6. Ознакомьтесь с требованиями охраны труда во время работы на практике (перечислить).</li> <li>7. Ознакомьтесь с требованиями охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).</li> <li>8. Ознакомьтесь с требованиями охраны труда после начала работы на практике (перечислить).</li> <li>9. Ознакомьтесь с требованиями охраны труда в аварийных ситуациях (перечислить).</li> <li>10. Перечислите опасные и вредные производственные факторы.</li> </ol>	32,0	собеседование
2	Производственный этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Укажите организационно-правовую форму предприятия, на котором студент проходит практику.</li> <li>2. Укажите год создания предприятия.</li> </ol>	150,0	собеседование

		<p>3. Укажите местоположение предприятия, его юридического адрес.</p> <p>4. Укажите виды деятельности, которые осуществляет предприятие в настоящий момент времени.</p> <p>5. Укажите вид организационной структуры предприятия, на котором проходит практику студент.</p> <p>6. Перечислите службы, которые входят в состав предприятия.</p> <p>7. Охарактеризуйте маркетинговую деятельность предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если на предприятии нет маркетолога (отдела маркетинга) существует ли необходимость их внедрения и почему).</p> <p>8. Охарактеризуйте логистическую деятельность предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).</p> <p>9. Перечислите нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.).</p> <p>10. Дайте оценку основных показателей деятельности предприятия в динамике развития.</p> <p>11. Перечислите состав материально-технической базы предприятия: размер торговых площадей, складских помещений, складов и т.д.</p> <p>12. Укажите численность персонала, состав работников предприятия, на котором проходит практику студент.</p> <p>13. Дайте краткую характеристику конкурентов предприятия.</p> <p>14. Перечислите сильные и слабые стороны предприятия в конкурентной борьбе.</p> <p>15. Перечислите возможности и угрозы для предприятия со стороны внешней среды.</p> <p>16. Укажите метод оценки конкурентоспособности предприятия, который использовали для оценки анализируемого предприятия.</p> <p>17. Опишите ассортиментную политику предприятия.</p> <p>18. Опишите ценовую политику предприятия.</p> <p>19. Опишите политику продвижения предприятия.</p>		
--	--	---	--	--

		<p>20. Опишите коммуникационную политику предприятия.</p> <p>21. Укажите к какому типу посредников относится данное предприятие,</p> <p>22. Укажите какие функции выполняет предприятие.</p> <p>23. Укажите источники закупки товаров (сырьевых материалов) предприятия, их классификация.</p> <p>24. Перечислите методы выбора поставщиков товаров, используемые на предприятии.</p> <p>25. Перечислите методы изучения спроса, используемые на предприятии.</p> <p>26. Перечислите методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.</p> <p>27. Дайте характеристику ассортименту и объемам закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.</p> <p>28. Дайте характеристику договорам, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие.</p> <p>29. Перечислите порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.</p> <p>30. Охарактеризуйте договорную работу предприятия с транспортными компаниями: опишите порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия.</p> <p>31. Проанализируйте структуру и состояние товарных запасов на предприятии. Выявите наличие на предприятии неходовых товаров.</p> <p>32. Охарактеризуйте складскую деятельность предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.</p> <p>33. Охарактеризуйте специализацию, тип предприятия и контингент обслуживаемых покупателей.</p> <p>34. Охарактеризуйте формы и методы обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.</p> <p>35. Опишите порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.</p> <p>36. Опишите порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым</p>		
--	--	---	--	--

		<p>предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров.</p> <p>37. Укажите методы стимулирования продаж товаров, используемые на данном предприятии.</p> <p>38. Охарактеризуйте деятельность транспортного предприятия: к какому типу логистических провайдеров относится данное предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет.</p> <p>39. Укажите нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.</p> <p>40. Укажите состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов).</p> <p>41. Укажите виды транспорта, используемые на предприятии.</p> <p>42. Укажите географию перевозок грузов.</p> <p>43. Укажите номенклатуру перевозимых грузов.</p> <p>44. Охарактеризуйте покупателей услуг (клиентов), их классификация</p> <p>45. Укажите виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющихся на предприятии.</p> <p>46. Укажите причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание.</p> <p>47. Укажите виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения.</p> <p>48. Укажите формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы).</p> <p>49. Охарактеризуйте методы стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.</p> <p>50. Укажите порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.</p> <p>51. Укажите наличие на предприятии современных информационных технологий, обеспечивающих информационную поддержку и мониторинг транспортного процесса.</p> <p>52. Дайте критическую оценку деятельности предприятия: выявите положительные и отрицательные стороны, изложите имеющиеся проблемы и т.д.</p>		
3	Анализ и обработка собранной информации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных</li> <li>2. Перечислите методы анализ вторичной информации</li> <li>3. Перечислите методы анализа первичной информации</li> <li>4. Расскажите, что представляет собой</li> </ol>	150,0	собеседование

		<p>корреляционный анализ.</p> <p>5. Дайте характеристику регрессионному анализу.</p> <p>6. Опишите процесс редактирования и кодирования данных</p> <p>7. Дать характеристику одномерной и перекрестной таблицы данных.</p> <p>8. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?</p> <p>9. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?</p>		
4	Подготовка итогового отчета по преддипломной практике	1. Подготовьте отчет по производственной преддипломной практике в соответствии с требованием к объему, оформлению, в том числе к оформлению таблиц, рисунков и списка использованных источников.	70,0	собеседование
5	Защита отчета по практике	1. Сдайте отчет по практике руководителю практики в последний день прохождения практики. Подготовьте к защите отчета по практике презентацию, отражающую основные моменты практики (8-10 слайдов). Подготовьте доклад на 7 минут.	30,0	Публичная защита отчета с презентацией в Power Point

**7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ  
ПРАКТИКЕ)**

*Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по  
производственной преддипломной практике на базе предприятия*

**Этап 1 – Подготовительный этап**

*Контрольные вопросы:*

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

7. Требования охраны труда перед началом работы на практике (перечислить).

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

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

10. Перечислить опасные и вредные производственные факторы.

## **Этап 2 – Производственный этап**

*Контрольные вопросы:*

1. Организационно-правовая форма предприятия, на котором студент проходит практику.
2. Год создания предприятия.
3. Местоположение предприятия, его юридического адрес.
4. Виды деятельности, которые осуществляет предприятие в настоящий момент времени.
5. Вид организационной структуры предприятия, на котором проходит практику студент.
6. Перечислить службы, которые входят в состав предприятия.
7. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба маркетинга (их функции), есть ли на предприятии должность маркетолога (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников маркетинговые функции. Если на предприятии нет маркетолога (отдела маркетинга) существует ли необходимость их внедрения и почему).
8. Характеристика логистической деятельности предприятия: имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста) существует ли необходимость их внедрения и почему).

9. Перечислить нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.).
10. Дать оценку основных показателей деятельности предприятия в динамике развития.
11. Перечислить состав материально-технической базы предприятия: размер торговых площадей, складских помещений, складов и т.д.
12. Численность персонала, состав работников предприятия, на котором проходит практику студент.
13. Дать краткую характеристику конкурентов предприятия.
14. Перечислить сильные и слабые стороны предприятия в конкурентной борьбе.
15. Перечислить возможности и угрозы для предприятия со стороны внешней среды.
16. Указать метод оценки конкурентоспособности предприятия, который использовали для оценки анализируемого предприятия.
17. Описать ассортиментную политику предприятия.
18. Описать ценовую политику предприятия.
19. Описать политику продвижения предприятия.
20. Описать коммуникационную политику предприятия.
21. К какому типу посредников относится данное предприятие,
22. Какие функции выполняет предприятие.
23. Источники закупки товаров (сырьевых материалов) предприятия, их классификация.
24. Перечислить методы выбора поставщиков товаров, используемые на предприятии.
25. Перечислить методы изучения спроса, используемые на предприятии.

26. Перечислить методики определения потребности в товарах, порядок расчета объемов закупки товаров (оптимального размера заказа), используемые на предприятии.
27. Дать характеристику ассортименту и объемам закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
28. Дать характеристику договорам, указать их специфические условия для тех групп товаров, торговлю которыми осуществляет исследуемое предприятие.
29. Перечислить порядок и формы расчета предприятия с поставщиками за поставленные товары.
30. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями: описать порядок доставки закупленных товаров в адрес предприятия.
31. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии. Выявить наличие на предприятии неходовых товаров.
32. Характеристика складской деятельности предприятия: наличие отдельного или встроенного склада, его размеры, местоположение, техническое оснащение, порядок размещения и складирования товаров, использование современных систем учета принципов товарного соседства и очередности отпуска товаров.
33. Характеристика специализации, типа предприятия и контингента обслуживаемых покупателей.
34. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, дополнительного их обслуживания, эффективность применения различных методов обслуживания покупателей на предприятии.
35. Описать порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия: структура ассортимента товаров, способы и принципы выкладки товаров в торговом зале, соблюдение сроков годности товаров.



36. Описать порядок организации работы с покупателями: соблюдение торговым предприятием закона «О защите прав потребителей», порядок работы с жалобами, порядок обмена и возврата товаров.
37. Методы стимулирования продажи товаров, используемые на данном предприятии.
38. Характеристика деятельности транспортного предприятия: к какому типу логистических провайдеров относится данное предприятие, какие виды транспортно-экспедиционных услуг выполняет.
39. Нормативные документы, регламентирующие работу транспортного предприятия на различных видах транспорта.
40. Состав и структура имеющихся транспортных средств или контейнерного парка (или судов).
41. Виды транспорта, используемые на предприятии.
42. География перевозок грузов.
43. Номенклатура перевозимых грузов.
44. Характеристика покупателей услуг (клиентов), их классификация
45. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющихся на предприятии.
46. Причины и порядок предъявления претензий от клиентов, их содержание.
47. Виды тарифов, порядок расчета стоимости перевозки грузов до пунктов назначения.
48. Формы расчета транспортного предприятия с клиентами за доставленные товары (грузы).
49. Характеристика методов стимулирования продажи транспортно-экспедиционных услуг, используемых на данном предприятии.
50. Порядок организации доставки грузов. Виды маршрутов, используемых на предприятии. Способы их разработки.

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

52. Критическая оценка деятельности предприятия: выявить положительные и отрицательные стороны, изложить имеющиеся проблемы и т.д.

### **Этап 3 – Анализ и обработка собранной информации**

*Контрольные вопросы:*

10. Опишите процесс сбора, подготовки и анализа данных
11. Перечислите методы анализ вторичной информации
12. Перечислите методы анализа первичной информации
13. Расскажите, что представляет собой корреляционный анализ.
14. Дайте характеристику регрессионному анализу.
15. Опишите процесс редактирования и кодирования данных
16. Дать характеристику одномерной и перекрестной табуляции данных.
17. Какие методы анализа данных Вы использовали в своей работе?
18. В какой программе Вы формировали базу данных по результатам исследования?

### **Этап 4 – Подготовка итогового отчета по преддипломной практике**

*Контрольные вопросы:*

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

### **Этап 5 – Защита отчета по практике**

*Контрольные вопросы:*

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

***Контрольные вопросы для текущей аттестации студента по производственной преддипломной практике на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики***

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

*Контрольные вопросы:*

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

**Этап 2 – Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме и тематике ВКР**

*Контрольные вопросы:*

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

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

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

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

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

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

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

*Контрольные вопросы:*

1. Перечислите методы сбора информации в рамках кабинетных исследований?

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

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

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

*Контрольные вопросы:*

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

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

3. Где Вы проводите опросы?

4. Кого и почему Вы опрашиваете в рамках исследования?

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

## **Этап 5 – Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации**

### *Контрольные вопросы:*

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

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

### **Этап 6 – Написание и оформление отчета по практике**

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

## **8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ))**

### **8.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

Содержание практики зависит от места ее проведения. Преддипломная практика может быть организована на сторонних производственных и торговых предприятиях, в компаниях, предоставляющих логистические услуги и других организациях, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ.

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

В таблице представлен график прохождения производственной практики на базе предприятия.

Таблица – График прохождения преддипломной практики на базе предприятия

Содержание программы	Количество дней
1 Собрание по практике на кафедре маркетинга, коммерции и логистики для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2 Изучение основных направлений деятельности предприятия и его подразделений: – изучение организационно-правовой формы предприятия; – характеристика деятельности подразделений предприятия; – изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия; – оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития; – оценка конкурентоспособности предприятия.	5, в т.ч.:  1 1 1 1 1
3 Анализ логистической (и/или маркетинговой) деятельности предприятия	4
4. Выполнение задания в соответствии с темой ВКР (выданному руководителем ВКР	4
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию логистической (и/или маркетинговой) деятельности предприятия	2
6. Анализ и обработка собранной информации	4
7 Написание и оформление отчета	3
8. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

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

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

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



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

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

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

**5. Оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития** (анализ объема и структуры выручки предприятия, анализ текущих расходов предприятия, анализ прибыли предприятия, анализ эффективности деятельности предприятия – анализ всех указанных показателей проводится за период 5 лет с разбивкой по месяцам). Построить таблицу основных экономических показателей (таблица 1). После таблицы дать подробный анализ динамики ее показателей, указав причины их снижения или увеличения.

**6. Характеристика материально - технической базы предприятия и ее оценка:** описать техническое состояние помещений предприятия как основных, так и вспомогательных: их размер в м<sup>2</sup> или м<sup>3</sup>, оснащенность оборудованием, состояние.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

на предприятии при доставке товаров собственным и привлеченным транспортом.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой темы ВКР.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой темы ВКР.

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

договоров и других документов, оформляемых на предприятии при заключении договоров с клиентами.

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

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

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

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

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

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

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

**19. Характеристика логистической деятельности предприятия.** Имеется ли на предприятии отдел или служба логистики (их функции), есть

ли на предприятии должность логиста (его функции), если нет, выполняет ли кто-либо из работников компании логистические функции. Если на предприятии нет логистики (логистического отдела или логиста), то существует ли необходимость их внедрения и почему?).

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

**Примечание:** Помимо данных вопросов отчет должен содержать ответы на вопросы общего характера программы производственной практики и вопросы, которые определены спецификой темы ВКР.

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

**Примерный перечень тем выпускной квалификационной работы на базе предприятия:**

1. Анализ рыночной среды предприятия
2. Особенности оценки конкурентоспособности торгового предприятия
3. Разработка стратегии продвижения предприятия в Digital-среде
4. Оценка ассортиментной политики предприятия
5. Разработка комплекса продвижения компании
6. Разработка программы продвижения БАДов предприятия
7. Разработка программы продвижения предприятия в социальных медиа
8. Особенности продвижения бренда маркетингового агентства «Концепт Лаб» в социальной сети Инстаграм

9. Разработка стратегии продвижения розничного торгового предприятия в сети Интернет
10. Разработка программы продвижения агентства медицинского туризма
11. Совершенствование ассортиментной политики розничного торгового предприятия
12. Анализ маркетинговой среды функционирования торгового предприятия
13. Совершенствование ценовой политики предприятия
14. Совершенствование сбытовой политики предприятия
15. Оценка конкурентоспособности предприятия
16. и т.д.

### ***Содержание программы практики на базе кафедры***

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

Научно-исследовательская работа в рамках преддипломной практики проводится по тематике ВКР. Исследовательские темы выбираются студентом до начала преддипломной практики по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы.

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

1. Совершенствование digital-маркетинга для предприятий разной специализации
2. Влияние информационных технологий на поведение потребителей при выборе ресторанов армянской кухни
3. Исследование влияния потребительских ценностей на выбор мясных полуфабрикатов
4. Влияние технологий продвижения продуктов и предприятий общественного питания на лояльность потребителей

5. Исследование рынка рекламных услуг
  6. Исследование рынка обучающего программного обеспечения
  7. Анализ потребительских предпочтений на рынке юридических услуг г. Хабаровска
  8. Взаимосвязь потребительских предпочтений, потребительских ценностей и модели продукта общественного питания
  9. Исследование рынка транспортно-логистических услуг стран АТР.
  10. Оценка состояния рынка транспортно-логистических услуг Китая (или Кореи, Японии и т.д.).
  11. Исследование состояния и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг региона.
  12. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры региона.
  13. Тенденции и перспективы развития транспортно-логистической сферы региона.
  14. Исследование рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).
  15. Анализ спроса на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).
  16. Анализ предложения на рынке (на примере одного из рынков товаров или услуг).
  17. Оценка конъюнктуры рынка (на примере одного из рынков товаров или услуг).
  18. Оценка конкурентной среды товарного рынка/рынка услуг.
  19. Анализ и оценка поставщиков молочной продукции
- г. Владивостока
20. Исследование рынка строительных материалов Китая
  21. Исследование рынка услуг медицинского туризма КНР
  22. Оценка качества обслуживания в магазинах бытовой техники
- г. Владивостока
23. Исследование рынка жилой недвижимости г. Владивостока

24. Исследование рынка рекламных услуг г. Владивостока
25. Организация мерчандайзинга в магазинах бытовой техники г. Владивостока
26. Исследование рынка интернет-рекламы КНР
27. Влияние социальных медиа на поведение потребителей Китая
28. Исследование потребительских предпочтений на рынке товаров КНР
29. Влияние инструментов мобильного маркетинга на поведение потребителей Китая
30. Исследование рынка розничных продаж молока и молочной продукции Приморского края
31. Исследование рынка легковых автомобилей Приморского края
32. и т.д.

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

График прохождения преддипломной практики (4 курс, 8 семестр) на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики в таблице.

Таблица – График прохождения преддипломной практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Содержание программы	Количество дней
1. Собрание по практике на кафедре для определения целей, задач и ознакомления с программой практики	1
2. Разработка программы исследования или подхода к исследованию по выбранной проблеме и тематике ВКР	3
3. Сбор вторичной информации в соответствии с программой исследования	6
4. Сбор первичной информации в соответствии с программой	8

исследования	
5. Анализ и обработка полученной в ходе исследования информации	3
6. Написание и оформление отчета по практике	2
7. Защита отчета по практике на кафедре	1
Итого:	24

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

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

**Форма контроля** по итогам производственной преддипломной практики – зачет с оценкой.

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

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

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Критерии	Показатели	Баллы
ПК-1 Способен планировать и реализовывать маркетинговое исследование, в том числе в информационно-	ПК-1.1 Исследует поведение потребителей, деловую активность конкурентов, бенчмарки отраслевых лидеров, количественные и качественные параметры	Отсутствие знаний	Пороговые	1
		Фрагментарные знания		2
		Неполные знания	Базовый	3
		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4

телекоммуникационной сети Интернет для решения целевых задач предприятий сферы торговли	спроса, в том числе в цифровой среде <b>ПК-1.2</b> Прогнозирует изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин <b>ПК-1.3</b> Формирует ценностные предложения и разрабатывает рекомендации по комплексу маркетинга предприятий сферы торговли	Сформированные и систематические знания	Высокий	5
<b>ПК-2</b> Способен управлять ассортиментом товаров, обеспечивать необходимый уровень качества торговых услуг для достижения высокого уровня удовлетворенности и лояльности потребителей к предприятиям сферы торговли	<b>ПК-2.1</b> Формирует ассортиментную политику и реализует стандарты обслуживания предприятий сферы торговли с учетом лучших бизнес-практик и инновационных технологий под требования целевой аудитории <b>ПК-2.2</b> Разрабатывает стандарты мерчандайзинга предприятий сферы торговли <b>ПК-2.3</b> Формирует и развивает бренды предприятий сферы торговли <b>ПК-2.4</b> Формирует и реализует программы лояльности потребителей предприятиями сферы торговли	Отсутствие умений	Пороговые	1
		Частично освоенное умение		2
		В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
		Успешное и систематическое умение	Высокий	5
<b>ПК-3</b> Способен разрабатывать стратегии продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с учетом специфики предприятий сферы торговли	<b>ПК-3.1</b> Формирует портрет/аватар целевых потребителей товаров/услуг предприятий сферы торговли <b>ПК-3.2</b> Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет <b>ПК-3.3</b> Формирует программу продвижения предприятий сферы торговли	Не владеет	Пороговые	1
		Фрагментарное владение		2
		В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
		В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
		Успешное и систематическое владение	Высокий	5
<b>ПК-4</b> Способен организовывать и планировать деятельность предприятий сферы торговли и их материально-техническое обеспечение, закупку и продажу товаров в соответствии с целевыми задачами	<b>ПК-4.1</b> Разрабатывает технологические процессы предприятий сферы торговли <b>ПК-4.2</b> Составляет планы по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли и обосновывает закупки товаров <b>ПК-4.3</b> Осуществляет процедуры закупок <b>ПК-4.4</b> Управляет продажами в сфере торговли	Отсутствие знаний	Пороговые	1
		Фрагментарные знания		2
		Неполные знания	Базовый	3
		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
		Сформированные и систематические знания	Высокий	5
<b>ПК-5</b> Способен участвовать в выборе и формировании логистических процессов	<b>ПК-5.1</b> Организует работу склада предприятий сферы торговли <b>ПК-5.2</b> Организует	Отсутствие умений	Пороговые	1
		Частично освоенное умение		2



на предприятиях сферы торговли	логистическую деятельность по перевозке грузов в цепи поставок <b>ПК-5.3</b> Рассчитывает сроки, объемы поставок товаров (услуг), составляет схемы перемещения и хранения товаров на предприятиях сферы торговли	В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
		Успешное и систематическое умение	Высокий	5

## Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы для собеседования на зачёт с оценкой

#### Практика на базе предприятия

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

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

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

15. Характеристика договорной работы предприятия с транспортными компаниями.

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

17. Характеристика мелкооптовых и розничных покупателей товаров, их классификация

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

19. Анализ структуры и состояния товарных запасов на предприятии.

20. Характеристика складской деятельности предприятия.

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

22. Критическая оценка деятельности предприятия.

23. Характеристика логистической деятельности предприятия.

24. Характеристика форм и методов обслуживания покупателей.

25. Порядок формирования ассортимента розничного торгового предприятия

26. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров на предприятии.

27. Виды хозяйственных связей, имеющих на предприятии.

28. Порядок организации работы с покупателями.

29. Характеристика деятельности транспортного предприятия и ее оценка.

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

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

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

33. География перевозок грузов.

34. Количество перевезенных контейнеров или вагонов.

35. Номенклатура перевозимых грузов.

36. Номенклатура перевозимых грузов в экспортно-импортном сообщении.

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

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

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

40. Виды и количество заключенных договоров с клиентами, имеющих на предприятии.

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

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

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

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

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

#### 46. Критическая оценка деятельности транспортного предприятия.

##### **Практика на базе кафедры**

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

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

### **Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по производственной преддипломной практике**

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

Основные объекты оценивания результатов прохождения производственной преддипломной практики:

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

### Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

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

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

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

## **Методические указания по составлению отчета по производственной преддипломной практике**

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

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

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

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

Отчет о прохождении преддипломной практики должен содержать собранные практические материалы в соответствии с темой ВКР и индивидуальным планом прохождения практики для дальнейшего использования при написании аналитической части ВКР.

Отчет о прохождении производственной практики бакалавра по направлению подготовки «Торговое дело» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.

2. Путевка или справка-подтверждение на прохождение практики (с подписью руководителя от предприятия и печатью предприятия).
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенный печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
6. Оглавление (в соответствии с вопросами практики согласно программе практики).
7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.
8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).
9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).
10. Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (отчет о втором этапе практики).
11. Результаты научно-исследовательской работы (если она предусматривается индивидуальным заданием).
12. Заключение, в котором должны быть подведены итоги практики с выводами и рекомендациями предприятию. Составным элементом может быть рекомендуемая Анкета студента по итогам прохождения практики.
13. Приложения (копии различных документов, используемых на предприятии: бухгалтерский баланс, договоры, фактуры, накладные, коносаменты, бланки заказов, отчеты и т.д.).

Объем отчета о производственной преддипломной практике должен составлять 25 - 30 страниц машинописного текста (полуторный интервал). В



отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам. Главы могут содержать подразделы, которые должны быть отражены в содержании отчета. Предложения и выводы должны быть четко сформулированы. В отчете по практике материал распределяется по вопросам программы.

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

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

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

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

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

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

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

5. Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов

или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

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

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

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

- цели и задачи практики;
- характеристику организации, в которой студент проходил практику или для которой разрабатывается проект;
- оценку положения предприятия на рынке;
- характеристику структурного подразделения (подразделений), в котором (в которых) студент работал во время практики – анализ регламентирующих деятельность подразделения документов;
- подробное описание задачи, поставленной перед студентом научным руководителем и руководителем практики со стороны организации;
- необходимые первичные документы, которые будут использованы при написании ВКР;

– предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

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

## **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 181 с. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/marketingovyy-analiz-teoriya-i-praktika-409683>

2. Маркетинг: учебное пособие / Алешина О.Г., Веремеенко О.С., Сулова Ю.Ю. – Краснояр.: СФУ, 2017. – 214 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/978754>

3. Нуралиев С.У. Маркетинг: учебник / С.У. Нуралиев. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 305 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/954382>

4. Резник Г. А. Введение в маркетинг: учебное пособие / Резник Г. А.,— Москва: ИНФРА-М, 2018. — 202 с.— Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=371669>

5. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2018. - 400 с.: - (Учебные издания для бакалавров) Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/329767>

6. Диянова, С. Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебное пособие / С. Н. Диянова, Н. И. Денисова. —

Москва: Магистр: ИНФРАМ, 2020. — 384 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1067398>

7. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2017. - 500 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/317391>

8. Гаджинский, А. М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики [Электронный ресурс] : Учебник / А. М. Гаджинский. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 324 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com/bookread.php?book=415197>

9. Коммерческая логистика : учеб. пособие / Н.А. Нагапетьянц, Н.Г. Каменева, В.А. Поляков [и др.] ; под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. - 253 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/982239>

10. Логистика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Майзнер ; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента. Владивосток: Изд. дом Дальневосточного федерального университета, 2017. - 275с. Режим доступа: <http://srv-elib-01.dvfu.ru:8000/cgi-bin/edocget.cgi?ref=/65/65.291/mayzner1.pdf>

11. Основы логистики / Левкин Г.Г., - 3-е изд. - М.:Инфра-Инженерия, 2018. - 240 с.: ISBN 978-5-9729-0211-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/519793>

### **Дополнительная литература** (электронные и печатные издания)

1. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник/ Мазилкина Е.И.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 300 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83143.html>.

2. Морозов Ю.В. Гришина В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Морозов Ю.В., Гришина В.Т. - М.: Дашков и К, 2018. - 448 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415400>
3. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под. ред. Л. П. Дашкова. - Москва : Дашков и К, 2020. - 286 с. - Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/product/1232020>
4. Баженов, Ю.К. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие /Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 304 с.: - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/939285>
5. Логистика / Тебекин А.В. - М.:Дашков и К, 2018. - 356 с.: ISBN 978-5-394-00571-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414947>
6. Логистика: Учебное пособие / Егоров Ю.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 256 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-010967-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/551359>

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

### **Интернет**

1. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов. – Режим доступа: <http://marketing-now.ru>.
2. Сайт практикующего маркетинг-директора "Записки маркетолога" рассказывает обо всех аспектах маркетинга, рекламы, PR и продаж. – Режим доступа: <http://www.marketch.ru>
3. Торгово-экономический журнал посвящен публикации результатов исследований в области экономики торговли, включая управление цепями поставок, маркетинговые мероприятия и управление отношениями с клиентами. В журнале публикуются статьи по таким

направлениям, как организация торговли, экономика и управление торговой организацией, коммерческая логистика, правовое обеспечение торговой деятельности. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/journals/tezh>.

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

5. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. – Режим доступа: <http://www.retailclub.ru>.

6. Информационный портал «Логирус» создан для того, чтобы писать о логистике грамотно, но не скучно...Это новое СМИ с традиционным взглядом на принципы журналистской работы. – Режим доступа: <http://logirus.ru>

7. Информационный портал «Логистика». Миссия заключается в содействии логистам и логистическим компаниям в развитии этого динамичного направления. Примеры по функциональному признаку: транспортная логистика, складская, маркетинговая, производственная, информационная, закупочная; по отраслевому: фармацевтическая логистика, военная, банковская, выставочная; по территориальному: международная логистика, региональная, городская; по функциональному охвату: управление цепочками поставок (УЦП или SCM), интегрированная логистика; по секторам экономики: логистика предпринимательской деятельности, государственной деятельности, благотворительной деятельности (третий сектор экономики). – Режим доступа: [www.logistics.ru](http://www.logistics.ru)

## Перечень информационных технологий и программного обеспечения

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

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Наименование оборудованных помещений и помещений для	Перечень основного оборудования
--	---------------------------------

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

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

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

### **Составитель**

Заведующий кафедрой маркетинга, коммерции и логистики,

д-р. экон. наук, профессор \_\_\_\_\_

И.М. Романова

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол от «14» января 2021 г. № 7





**Форма титульного листа отчета о прохождении производственной  
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. Б1121-  
38.03.01

\_\_\_\_\_ А.А. 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»**  
**(ДВФУ)**

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ДНЕВНИК**

**прохождения производственной преддипломной практики**

бакалавра 4 курса группы Б1121-38.03.01

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета

направления подготовки 38.03.01 Экономика

Образовательная программа «Торговое дело»

**Сорокина Игоря Юрьевича**

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

А.А. Ступникова

27.05.201\_  
 М.П.



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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

бакалавра 4 курса группы Б1121-38.03.01  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.03.01 Экономика  
Образовательная программа «Торговое дело»  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

А.А. Ступникова

27.05.201\_  
М.П.

