



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована PQS
по международному стандарту ISO 9001:2015

Институт экономики

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института экономика,
к.э.н., доц.

Котова Т.В. Котова
Рассмотрено на Учебно-методическом
совете, протокол № 7
от «30» июня 2020 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

Профиль

«Маркетинг в торговой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Автор – к.э.н., доцент Азизова Е.А.
Программа рекомендована кафедрой
«Производственный менеджмент»
Протокол № 5 от «11» июня 2020 г.
Заведующий кафедрой
«Производственный менеджмент», к.э.н.,
доц.

Шендо М.В.

Астрахань – 2020

1. Планируемые результаты обучения по преддипломной практике

Код	Определение	Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы		
		Знать	Уметь	Владеть навыками и (или) иметь опыт
ПК-1	способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	категорийный аппарат и методы управления ассортиментом и качеством товаров; правила и методику приемки и учета товаров по количеству и качеству	проводить анализ ассортиментной политики торговой организации; показателей качества товаров; факторов, сохраняющих качество товаров	навыками управления ассортиментом и качеством товаров, приемки и учета товаров по количеству и качеству
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	требования и правила управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списывания потерь;	проводить анализ организации торгово-технологического процесса; основных показателей эффективности торгово-технологического процесса, минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;	навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизирования затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь

ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	способы выявления потребностей покупателей; приемы маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей; виды спроса; факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры товарного рынка	проводить анализ маркетинговой деятельности и среды, конъюнктуры рынка, целевого сегмента и текущего положения объекта исследования	методами изучения и прогнозирования спроса потребителей; методами анализа маркетинговой информации; методами изучения конъюнктуры товарного рынка
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	основы проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в маркетинговой деятельности торгового предприятия	проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в маркетинговой деятельности торгового предприятия	навыками по проведению научных, в том числе маркетинговых, исследований в маркетинговой деятельности торгового предприятия
ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности.	применять инновационные методы, средства и технологии при разработке мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования	инновационными методами, средствами и технологиями в области профессиональной деятельности.

2. Место преддипломной практики в структуре ОП

Цикл (раздел) ОП, к которому относится данная практика:	Практики ОП направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
Описание логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП (дисциплинами)	Экономическая теория, Экономический анализ деятельности организаций, Маркетинг, Менеджмент, Экономика организации, Мерчандайзинг в торговле, Планирование и прогнозирование спроса, Теоретические основы товароведения, Коммерческая

(модулями) практиками):	деятельность, Организация, технология и проектирование предприятий, Поведение потребителей, Управление продажами, Маркетинг торговой деятельности, Маркетинговые исследования, Директ-маркетинг, Маркетинг предприятий различных видов деятельности, Основы брендинга, Планирование и проведение комплексных рекламных кампаний, Интегрированные маркетинговые коммуникации, Управление маркетингом, Экономико-математические методы и модели в маркетинговой деятельности, Организация, нормирование и оплата труда, Стратегическое и инновационное бизнес-планирование, Международный маркетинг, Конкурентоспособность организаций и товаров, Территориальный маркетинг, Медиапланирование в торговой рекламе, Б.2.У.1 практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, Б2.П.1 практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Б2.П.2 Научно-исследовательская работа, Б2.П.3 Технологическая практика
Компетенции, сформированные у обучающихся до начала прохождения практики:	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОПК -1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5, ПК -4,
Теоретические дисциплины и практики, для которых результаты обучения по практике необходимы как предшествующее:	Государственная итоговая аттестация

3. Структура, содержание, объем (трудоемкость) преддипломной практики

3.1. Для очной формы обучения

Общая трудоемкость практики составляет 108 часов - 3 зачетные единицы, продолжительность практики 2 недели (8 семестр, 37- 38 недели).

№ п/п	Раздел практики	Семестр	Неделя	Формы текущего контроля успеваемости
1	Подготовительный этап: Ознакомление с содержанием и сроками прохождения практики. Выбор объекта практики. Инструктаж по технике безопасности. Формулировка целей, задач практики.	8	37	Раздел отчета по практике: введение

2	Экспериментальный: прохождение практики на предприятии: 1. Изучение практики деятельности предприятий и организаций в соответствии с темой бакалаврской работы: -описание объекта и предмета исследования; -сбор и анализ информации о предмете исследования; -изучение отдельных аспектов рассматриваемой проблемы; -статистическая и математическая обработка информации; - освоение методик наблюдения, эксперимента и моделирования.	8	37-38	1,2 Глава отчета по практике
3	Оформление теоретических и практических результатов проведенного исследования и их согласование с научным руководителем бакалаврской работы. Оформление отчета	8	38	Оформленный и доработанный отчет по практике
4	Предоставление отчета руководителю практики и его защита.	8	38	Защита отчета
Форма отчетности по практике				Зачет с оценкой

3.2. Для очно-заочной, заочной форм обучения

Общая трудоемкость практики составляет 108 часов — 3 зачетные единицы, продолжительность практики 2 недели (5 курс, 37-38 недели).

№ п/п	Раздел практики	Курс	Неделя	Формы текущего контроля успеваемости
1	Подготовительный этап: Ознакомление с содержанием и сроками прохождения практики. Выбор объекта практики. Инструктаж по технике безопасности. Формулировка целей, задач практики.	5	37	Раздел отчета по практике: введение
2	Экспериментальный: прохождение практики на предприятии: 1. Изучение практики деятельности предприятий и организаций в соответствии с темой бакалаврской работы: -описание объекта и предмета исследования; -сбор и анализ информации о предмете исследования; -изучение отдельных аспектов рассматриваемой проблемы; -статистическая и математическая обработка информации; - освоение методик наблюдения, эксперимента и моделирования.	5	37-38	1,2 Глава отчета по практике

3	Оформление теоретических и практических результатов проведенного исследования и их согласование с научным руководителем бакалаврской работы. Оформление отчета	5	38	Оформленный и доработанный отчет по практике
4	Предоставление отчета руководителю практики и его защита.	5	38	Защита отчета
	Форма отчетности по практике			Зачет с оценкой

4. Способ и форма проведения практики

Целью преддипломной практики является сбор, анализ и обобщение материалов по тематике выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика по направлению 38.03.06 «Торговое дело» может проводиться следующими способами: стационарным и выездным.

Стационарная практика проводится в структурных подразделениях ФГБОУ ВО «АГТУ» (кафедры, хозрасчетные подразделения, управления и отделы финансово-экономического блока) или ее филиале, в котором обучающиеся осваивают образовательную программу, или в профильных организациях, расположенных на территории Астраханской области.

Выездная практика проводится по заявлению обучающегося в том случае, если место ее проведения расположено вне Астраханской области.

Форма проведения преддипломной практики – дискретно по видам практик.

Для руководства преддипломной практикой, проводимой в организациях, назначается руководитель практики от организации из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу данной организации.

Для руководства преддипломной практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу кафедры, организующей проведение практики (далее - руководитель практики от организации), и руководитель практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от профильной организации).

Руководитель преддипломной практики от образовательной организации:

- совместно с руководителем практики от организации составляет рабочий график (индивидуальный план) проведения преддипломной практики;

- разрабатывает индивидуальные задания для выполнения обучающимися в период практики;

- участвует в распределении студентов по рабочим местам и видам работ в организации, осуществляющей профессиональную деятельность;

- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания, установленным образовательной программой требованиям к содержанию преддипломной практики;

- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении студентами индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

- оценивает результаты прохождения практики студентами.

Руководитель преддипломной практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;

- предоставляет рабочие места обучающимся;

- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся,

отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Содержание преддипломной практики студента указывается в индивидуальном плане преддипломной практики (Приложение 3).

План преддипломной практики разрабатывается научным руководителем студента, утверждается на заседании кафедры.

По итогам преддипломной практики промежуточный контроль проводится в форме отчета обучающихся на основании отзыва руководителя практики от профильной организации, защиты отчета о прохождении преддипломной практики и выполнения индивидуального плана преддипломной практики. Защита отчета осуществляется в комиссии, назначенной заведующим кафедрой. В состав комиссии входят руководитель образовательной программы по бакалаврской программе и руководитель практики от кафедры.

Срок сдачи отчета по преддипломной практике – до сдачи государственного итогового экзамена в соответствии с графиком учебного процесса – 38 неделя.

5. Рекомендации по организации преддипломной практики обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

5.1. Наличие соответствующих условий реализации практики

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления практика реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей); обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс, другие условия, без которых невозможно или затруднено прохождение практики по письменному заявлению обучающегося.

При реализации практики на основании письменного заявления обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение практики для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего (их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

5.3. Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме

Все локальные нормативные акты АГТУ по вопросам реализации практики доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

5.4. Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; продолжительность аттестации по практике, проводимой в письменной форме увеличивается не менее чем на 0,5 часа;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу, проводимом в устной форме, – не менее чем на 0,5 часа; продолжительность ответа обучающегося при устном ответе увеличивается не более чем на 0,5 часа.

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике представлен в Приложении к данной программе преддипломной практики.

Фонд оценочных средств по практике представлен в приложении к программе практики.

Рейтинг студента по результатам прохождения практики (Б_{пр}) - баллы, полученные студентом по результатам проверки показателей ФОС в рамках прохождения практики.

При итоговой аттестации по практике в форме зачета с оценкой результирующей оценкой по практике (оценкой) является оценка, полученная обучающимся за выполнение индивидуального задания по практике, которая находится в интервале от 60 до 100 баллов, или от 60 до 100% усвоения содержания программы практики, где результат:

1. 85-100% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «отлично»;
2. 84 – 71% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «хорошо»;
3. 70 – 60% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «удовлетворительно»;
4. менее 60% - демонстрирует усвоение содержания программы практики на «неудовлетворительно».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

а) основная литература:

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / М.В. Акулич. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407> (ЭБС «Университетская библиотека on-line»)
2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 363 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/D5DE8C1C-D148-416C-BE91-93DAC17CAED5>(ЭБС «Юрайт»)
3. Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>(ЭБС «Университетская библиотека on-line»)
4. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчианц. - 2-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 400 с. : табл., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375809> (ЭБС «Университетская библиотека on-line»)
5. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Се-

- рия : Университеты России). - URL: <https://biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4>. (ЭБС «Юрайт»)
6. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — URL: <https://biblio-online.ru/book/13BCAB7C-D84E-46E7-B99C-EA589B880F5D/marketing-teoriya-i-praktika> (ЭБС «Юрайт»)
7. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 506 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/854C4BE3-D181-4AAD-A9C5-F7E69E5D15B8> (ЭБС «Юрайт»)
8. Корнеева, И. В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 436 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/AD797715-625F-4450-A6A9-7BCEAAFA79AF> (ЭБС «Юрайт»)
9. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 272 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/167DA1A7-FB21-4F7F-84DD-C1BCDEAC2185> (ЭБС «Юрайт»)
10. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — (Серия: Университеты России). - URL: <https://biblio-online.ru/book/A81C890C-1135-44E7-8783-D90449B53719> (ЭБС «Юрайт»)
11. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 385 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/9824C2E2-E22F-437F-AAC6-2E4B13D68609> (ЭБС «Юрайт»)
12. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 405 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). URL: <https://biblio-online.ru/book/CE4AE801-52EA-47ED-8942-E8025658C064> (ЭБС «Юрайт»)
13. Лукич, Р. Управление продажами [Электронный ресурс]/ Р. Лукич. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013> (ЭБС «Университетская библиотека on-line»)
14. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 458 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/D5496F40-1F86-4930-A689-B975D3E248D2> (ЭБС «Юрайт»)
15. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики: [Электронный ресурс]. В 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 342 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/F190651B-D19A-4773-B940-62F6188BB049> (ЭБС «Юрайт»)
16. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики: [Электронный ресурс]. В 2 ч. Часть 2. Smm, рынок т&а : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 384 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/6563A05F-8D7A-4CE6-8B43-1E2AA98091FC> (ЭБС «Юрайт»)

17. Нуралиев, С.У. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 362 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>(ЭБС «Университетская библиотека on-line»)

18. Синяева, И. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE> (ЭБС «Юрайт»)

19. Синяева, И. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — URL: <https://biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE/marketing> (ЭБС «Юрайт»)

б) дополнительная литература:

1. Блюм, М.А. Рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Блюм ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 94 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670> (ЭБС «Университетская библиотека on-line»)

2. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман ; под науч. ред. Н. Р. Кельчевской. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 134 с. — (Серия : Университеты России). - URL: <https://biblio-online.ru/book/7351777B-2D81-4339-A26F-359C4D3E3600> (ЭБС «Юрайт»)

20. Казанцев, П.И. Отдел маркетинга торговой сети – роль и задачи [Электронный ресурс]/ П.И. Казанцев. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 102 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141541> (ЭБС «Университетская библиотека on-line»)

3. Калужский, М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход [Электронный ресурс]: монография / М.Л. Калужский. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 402 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274084> (ЭБС «Университетская библиотека on-line»)

21. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Университеты России). - URL: <https://biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4>(ЭБС «Юрайт»)

22. Ким, С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С.А. Ким. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084>(ЭБС «Университетская библиотека on-line»)

23. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Ф. Котлер ; под ред. М. Сухановой ; пер. Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук. - 7-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742>(ЭБС «Университетская библиотека on-line»)

24. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283>(ЭБС «Юрайт»)

25. Реброва, Н. П. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). - URL: <https://biblio-online.ru/book/63DEE6ED-7851-44F8-AC80-1CF1421C16E4>(ЭБС «Юрайт»)

26. Цахаев, Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>(ЭБС «Университетская библиотека online»)

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Официальный сайт системы межрегиональных маркетинговых центров. [Электронный ресурс].- Режим доступа; // [http:// www.marketcenter.ru](http://www.marketcenter.ru)

2. Официальный сайт российского независимого холдинга Ромир, специализирующегося на маркетинговых, медиа и социально-экономических исследованиях [Электронный ресурс].- Режим доступа; // <http://www.romir.ru>

3. Официальный сайт Института экономического анализа РФ. [Электронный ресурс].- Режим доступа; // <http://www.iea.ru>.

4. Официальный сайт фонда Общественное мнение. [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; // [http:// www.fom.ru](http://www.fom.ru)

5. Официальный сайт Росстата РФ. [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; [http:// www.gks.ru](http://www.gks.ru).

6. Официальный сайт журнала «Практический маркетинг». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; <http://www.cfin.ru/press/practical>

7. Официальный сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа;- [http://www. dis.ru/manag](http://www.dis.ru/manag)

8. Официальный сайт журнала «Бренд-менеджмент». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; [http://www. grebennikov.ru/brand-management.phtml](http://www.grebennikov.ru/brand-management.phtml)

9. Официальный сайт журнала «Интернет-маркетинг». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа;- [http://www. grebennikov.ru/in_mark.phtml](http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml)

10. Официальный сайт журнала «Маркетинговые коммуникации». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; <http://www.grebennikov.ru/market-commun.phtml>

11. Официальный сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; <http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml>

12. Официальный сайт журнала «Маркетинг услуг». [Электронный ресурс].- Режим доступа; http://www.grebennikov.ru/service_marketing.phtml

13. Официальный сайт журнала «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс].- Режим доступа; http://www.grebennikov.ru/recl_life.phtml

14. Официальный сайт журнала «Логистика сегодня». [Электронный ресурс].- Режим доступа; http://www.grebennikov.ru/logistics_today.phtml

г) методические указания для обучающихся по преддипломной практике

25. Азизова Е.А. Методические указания по организации и проведению преддипломной практики для бакалавров направления 38.03.06 «Торговое дело» очной, очно-заочной заочной форм обучения – Астрахань: АГТУ, 2019. – 27 с. <http://portal.astu.org/>

д) перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по преддипломной практике, включая перечень

лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень лицензионного учебного программного обеспечения

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Google Chrome	Браузер
Kaspersky Endpoint Security 10	Средство антивирусной защиты
Microsoft Azure Dev Tools for Teaching	Подписка на лицензию Microsoft
Moodle	Образовательный портал ФГБОУ ВО «АГТУ»
Mozilla FireFox	Браузер
OpenOffice	Программное обеспечение для работы с электронными документами
7-zip	Архиватор

Перечень информационно-справочных систем

Наименование электронного ресурса	Адрес сайта
Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	Локальная сеть АГТУ
Электронный периодический справочник «Система Гарант»	Локальная сеть АГТУ

Перечень профессиональных баз данных

Наименование профессиональной базы данных	Адрес сайта
Web-ресурс «Научная библиотека АГТУ»	http://library.astu.org/
ЭБС «Университетская библиотека on-line»	http://biblioclub.ru
ЭБС Юрайт	https://www.biblio-online.ru
Национальная электронная библиотека	http://нэб.рф/
Электронная библиотека ИД «Гребенников» (периодические издания)	http://grebennikon.ru
ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary»	https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp
База данных Web of Science	http://webofscience.com
База данных Scopus	http://www.scopus.com
База данных ВИНТИ РАН (реферативные журналы)	http://viniti.ru/
Базы данных издательства SpringerNature	https://www.springernature.com/gp
База данных «Freedom Collection» ScienceDirect издательства Elsevier Коллекция электронных книг «Freedom Collection eBook collection» ScienceDirect издательства Elsevier	https://www.sciencedirect.com/browse/journals-and-books

Сведения об обновлении программного обеспечения представлены в локальной сети АГТУ по адресу <\\172.20.20.20\Soft\Список Лицензий.pdf>

8. Материально-техническое обеспечение практики

Материально-техническое обеспечение практики включает в себя учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (практические занятия по практике), индивидуальных и групповых консультаций, а так же для текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные специализированной мебелью, рабочим местом преподавателя и доской и компьютерами с выходом в сеть Интернет, обеспечивающих обучающихся доступом к электронно-библиотечным системам, электронной информационно-образовательной среде университета, профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, а так же иным информационным ресурсам.

При реализации практики выездным способом материально-техническое обеспечение должно соответствовать вышеперечисленным требованиям.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

ПРИЛОЖЕНИЕ
к программе практики
«Преддипломная практика»
Рассмотрено на Учебно-методическом совете,
протокол № 7 от «30» 06 2020 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Перечень компетенций, формируемых в ходе прохождения преддипломной практики с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11.

Этапы формирования данных компетенций в процессе освоения ОП по направлению 38.03.06 «Торговое дело» представлены в Паспорте компетенций.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в ходе прохождения преддипломной практики, описание шкал оценивания представлены в Паспорте компетенций, а также в Таблице 1.

ПК – 1

Шкала оценивания уровня сформированности и результата обучения (зачет с оценкой)	Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы			
	«Знать»	«Уметь»	«Владеть навыками и/или иметь опыт»	«Компетенция»
	Показатели			
	категорийный аппарат и методы управления ассортиментом и качеством товаров; правила и методику приемки и учета товаров по количеству и качеству	проводить анализ ассортиментной политики торговой организации; показателей качества товаров; факторов, сохраняющих качество товаров	навыками управления ассортиментом и качеством товаров, приемки и учета товаров по количеству и качеству	ПК-1 - способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
	Критерии			
Продвинутый уровень («отлично») 100-85 % (баллов)	четко и правильно дает определения, полно раскрывает содержание понятий, верно использует терминологию, при этом ответ самостоятельный, использованы ранее приобретенные знания	выполняет все операции, последовательность их выполнения достаточно хорошо продумана, действие в целом осознано	владеет всеми необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК – 1 обучающийся способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий
Углубленный	определения понятий дает	выполняет все операции,	в целом владеет	ПК – 1 обучающийся способен управлять

<p>уровень («хорошо») 84-71 % (баллов)</p>	<p>неполные, допускает незначительные нарушения в последовательности изложения, небольшие неточности при использовании научных категорий, формулировки выводов</p>	<p>последовательность их выполнения соответствует требованиям, но действие выполняется недостаточно осознанно</p>	<p>необходимыми навыками и/или имеет опыт</p>	<p>ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству в ситуациях повышенной сложности</p>
<p>Базовый уровень («удовлетворительно») 70-60 % (баллов)</p>	<p>усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, определения понятий недостаточно четкие, не используются в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, допускаются ошибки в их изложении, неточности в использовании предметной терминологии</p>	<p>выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно</p>	<p>владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт фрагментарен</p>	<p>ПК -1 обучающийся способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству в типовых ситуациях</p>
<p>Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60% (баллов)</p>	<p>основное содержание не раскрыто, не дает ответы на вспомогательные вопросы, допускает грубые ошибки в использовании терминологии</p>	<p>выполняет лишь отдельные операции, последовательность их хаотична, действие в целом неосознанно</p>	<p>не владеет всеми необходимыми навыками и/или не имеет опыт</p>	<p>ПК – 1 обучающийся не способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>

ПК -2

	<p>Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы</p>	
--	--	--

Шкала оценивания уровня сформированности и результата обучения (зачет с оценкой)	«Знать»	«Уметь»	«Владеть навыками и/или иметь опыт»	«Компетенция»
	Показатели			
	требования и правила управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списывания потерь	проводить анализ организации торгово-технологического процесса; основных показателей эффективности торгово-технологического процесса, минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;	навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизирования затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь	ПК-2 - способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
Критерии				
Продвинутый уровень («отлично») 100-85 % (баллов)	четко и правильно дает определения, полно раскрывает содержание понятий, верно использует терминологию, при этом ответ самостоятельный, использованы ранее приобретенные знания	выполняет все операции, последовательность их выполнения достаточно хорошо продумана, действие в целом осознано	владеет всеми необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК-2 обучающийся способен осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий
Углубленный уровень («хорошо») 84-71 % (баллов)	определения понятий дает неполные, допускает незначительные нарушения в последовательности изложения, небольшие	выполняет все операции, последовательность их выполнения соответствует требованиям, но действие выполняется недостаточно	в целом владеет необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК-2 обучающийся демонстрирует способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать

	неточности при использовании научных категорий, формулировки выводов	осознанно		затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности
Базовый уровень («удовлетворительно») 70-60 % (баллов)	усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, определения понятий недостаточно четкие, не используются в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, допускаются ошибки в их изложении, неточности в использовании предметной терминологии	выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно	владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт фрагментарен	ПК-2 обучающийся демонстрирует способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери в типовых ситуациях
Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60% (баллов)	основное содержание не раскрыто, не дает ответы на вспомогательные вопросы, допускает грубые ошибки в использовании терминологии	выполняет лишь отдельные операции, последовательность их хаотична, действие в целом неосознанно	не владеет всеми необходимыми навыками и/или не имеет опыт	ПК-2 обучающийся не владеет способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

ПК – 3

Шкала оценивания уровня	Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы			
	«Знать»	«Уметь»	«Владеть навыками и/или иметь опыт»	«Компетенция»
	Показатели			

сформированность и результата обучения (зачет с оценкой)	способы выявления потребностей покупателей; приемы маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей; виды спроса; факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры товарного рынка	проводить анализ маркетинговой деятельности и среды, конъюнктуры рынка, целевого сегмента и текущего положения объекта исследования	методами изучения и прогнозирования спроса потребителей; методами анализа маркетинговой информации; методами изучения конъюнктуры товарного рынка	ПК-3 - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
	Критерии			
Продвинутый уровень («отлично») 100-85 % (баллов)	четко и правильно дает определения, полно раскрывает содержание понятий, верно использует терминологию, при этом ответ самостоятельный, использованы ранее приобретенные знания	выполняет все операции, последовательность их выполнения достаточно хорошо продумана, действие в целом осознано	владеет всеми необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК – 3 обучающийся готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий
Углубленный уровень («хорошо») 84-71 % (баллов)	определения понятий дает неполные, допускает незначительные нарушения в последовательности изложения, небольшие неточности при использовании научных категорий, формулировки выводов	выполняет все операции, последовательность их выполнения соответствует требованиям, но действие выполняется недостаточно осознанно	в целом владеет необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК – 3 обучающийся готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности
Базовый уровень («удовлетворительно») 70-60 % (баллов)	усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, определения понятий недостаточно четкие, не	выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их	владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт	ПК – 3 Обучающийся готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и

	используются в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, допускаются ошибки в их изложении, неточности в использовании предметной терминологии	выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно	фрагментарен	прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка в типовых ситуациях
Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60% (баллов)	основное содержание не раскрыто, не дает ответы на вспомогательные вопросы, допускает грубые ошибки в использовании терминологии	выполняет лишь отдельные операции, последовательность их хаотична, действие в целом неосознанно	не владеет всеми необходимыми навыками и/или не имеет опыт	ПК – 3 обучающийся не готов к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

ПК -10

Шкала оценивания уровня сформированности и результата обучения (зачет с оценкой)	Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы			«Компетенция»
	«Знать»	«Уметь»	«Владеть навыками и/или иметь опыт»	
	Показатели			
	основы проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в маркетинговой деятельности торгового предприятия	проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в маркетинговой деятельности торгового предприятия	навыками по проведению научных, в том числе маркетинговых, исследований в маркетинговой деятельности торгового предприятия	ПК-10 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Критерии				
Продвинутый уровень («отлично») 100-85 % (баллов)	четко и правильно дает определения, полно раскрывает содержание понятий, верно использует терминологию, при этом ответ самостоятельный, использованы ранее	выполняет все операции, последовательность их выполнения достаточно хорошо продумана, действие в целом осознано	владеет всеми необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК -10 Обучающийся способен проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий

	приобретенные знания			
Углубленный уровень («хорошо») 84-71 % (баллов)	определения понятий дает неполные, допускает незначительные нарушения в последовательности изложения, небольшие неточности при использовании научных категорий, формулировки выводов	выполняет все операции, последовательность их выполнения соответствует требованиям, но действие выполняется недостаточно осознанно	в целом владеет необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК -10 Обучающийся способен проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности
Базовый уровень («удовлетворительно») 70-60 % (баллов)	усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, определения понятий недостаточно четкие, не используются в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, допускаются ошибки в их изложении, неточности в использовании предметной терминологии	выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно	владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт фрагментарен	ПК -10 Обучающийся способен проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60% (баллов)	основное содержание не раскрыто, не дает ответы на вспомогательные вопросы, допускает грубые ошибки в использовании терминологии	выполняет лишь отдельные операции, последовательность их хаотична, действие в целом неосознанно	не владеет всеми необходимыми навыками и/или не имеет опыт	ПК – 10 Обучающийся не способен проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

ПК – 11

Шкала оценивания уровня сформированности и результата обучения (зачет с оценкой)	Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы			
	«Знать»	«Уметь»	«Владеть навыками и/или иметь опыт»	«Компетенция»
	Показатели			
	инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности	применять инновационные методы, средства и технологии при разработке мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования	инновационными методами, средствами и технологиями в области профессиональной деятельности.	ПК – 11 - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
	Критерии			
Продвинутый уровень («отлично») 100-85 % (баллов)	четко и правильно дает определения, полно раскрывает содержание понятий, верно использует терминологию, при этом ответ самостоятельный, использованы ранее приобретенные знания	выполняет все операции, последовательность их выполнения достаточно хорошо продумана, действие в целом осознано	владеет всеми необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК -11 - обучающийся способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий
Углубленный уровень («хорошо») 84-71 % (баллов)	определения понятий дает неполные, допускает незначительные нарушения в последовательности изложения, небольшие неточности при использовании научных категорий, формулировки выводов	выполняет все операции, последовательность их выполнения соответствует требованиям, но действие выполняется недостаточно осознанно	в целом владеет необходимыми навыками и/или имеет опыт	ПК -11 - обучающийся способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности
Базовый уровень («удовлетворительно») 70-60 % (баллов)	усвоено основное содержание, но излагается фрагментарно, не всегда последовательно, определения понятий недостаточно четкие, не	выполняет не все операции действия, допускает ошибки в последовательности их выполнения, действие выполняется недостаточно осознанно	владеет не всеми необходимыми навыками, имеющийся опыт фрагментарен	ПК -11 - обучающийся способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

	используются в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, допускаются ошибки в их изложении, неточности в использовании предметной терминологии			
Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60% (баллов)	основное содержание не раскрыто, не дает ответы на вспомогательные вопросы, допускает грубые ошибки в использовании терминологии	выполняет лишь отдельные операции, последовательность их хаотична, действие в целом неосознанно	не владеет всеми необходимыми навыками и/или не имеет опыт	ПК – 11 - обучающийся не способен участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности и проведения промежуточной аттестации по практике, в том числе уровня освоения компетенции

Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы			
Знать	Уметь	Владеть навыками и (или) иметь опыт	Компетенция
категорийный аппарат и методы управления ассортиментом и качеством товаров; правила и методику приемки и учета товаров по количеству и качеству	проводить анализ ассортиментной политики торговой организации; показателей качества товаров; факторов, сохраняющих качество товаров	навыками управления ассортиментом и качеством товаров, приемки и учета товаров по количеству и качеству	ПК – 1 - способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
требования и правила управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации,	проводить анализ организации торгово-технологического процесса; основных показателей эффективности торгово-технологического процесса,	навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения	ПК – 2 - способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения,

определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списывания потерь	минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;	инвентаризации, определения и минимизирования затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь	проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
способы выявления потребностей покупателей; приемы маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей; виды спроса; факторы, оказывающие влияние на изменение конъюнктуры товарного рынка	проводить анализ маркетинговой деятельности и среды, конъюнктуры рынка, целевого сегмента и текущего положения объекта исследования	методами изучения и прогнозирования спроса потребителей; методами анализа маркетинговой информации; методами изучения конъюнктуры товарного рынка	ПК– 3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
основы проведения научных, в том числе маркетинговых, исследований в маркетинговой деятельности торгового предприятия	проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в маркетинговой деятельности торгового предприятия	навыками по проведению научных, в том числе маркетинговых, исследований в маркетинговой деятельности торгового предприятия	ПК-10 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
инновационные методы, средства и технологии в профессиональной деятельности	применять инновационные методы, средства и технологии при разработке мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования	инновационными методами, средствами и технологиями в области профессиональной деятельности.	ПК – 11 - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Процедура оценивания

Отчет по преддипломной практике

Типовые контрольные задания

1. Ознакомится с целями, задачами, содержанием и сроками прохождения преддипломной практики. Пройти инструктаж по технике безопасности. Сформулировать: цель, задачи, объект и предмет исследования, в строгом соответствии с темой бакалаврской работы.
2. Изучить практические аспекты деятельности предприятия - объекта практики:
 - изучить характеристику предприятия и его организационную структуру управления. Провести анализ основных экономических показате-

лей деятельности предприятия в динамике за 3 года;

- провести анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия; оценка воздействия на предприятие макро и микросреды; анализ текущего положения предприятия;
- сбор и анализ информации по теме бакалаврской работы;
- провести статистическую и математическую обработку информации;
- выявить и изучить проблемы в деятельности предприятия - объекта практики в целом и в рамках направления исследования по теме бакалаврской работы в частности
- сделать обоснованные выводы и наметить пути решения обозначенных проблем.

3. Оформить теоретические и практические результаты проведенного исследования и согласовать их с научным руководителем бакалаврской работы.

4. Приобрести профессиональные умения и навыки согласно индивидуальному плану практики.

5. Оформление отчета по преддипломной практике

6. Защита отчета по преддипломной практике

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности при реализации преддипломной практики

Содержание преддипломной практики ориентировано на закрепление знаний, овладение практическими навыками, умениями и технологиями практической деятельности, а также формирование профессиональной компетентности, развитие деловых, организаторских и личностных качеств у студентов для последующей эффективной работы в различных организациях и учреждениях.

Целью преддипломной практики является сбор, анализ и обобщение материалов по тематике выпускной квалификационной работы.

Типовые индивидуальные задания на практику, определяющие содержание индивидуального плана

1. Ознакомиться с организацией, ее организационно-правовой формой, историей предприятия, его места в регионе, характер выпускаемой продукции, связи с другими предприятиями. Результаты проведенной работы представить в соответствующем разделе отчета по практике.

2. Изучить организационную структуру объекта практики, принадлежность к отрасли экономики, задачи, функции и организация служб, выполняющих маркетинговые функции, взаимосвязь отдела маркетинга с другими подразделениями. Ознакомиться с организацией торгово-технологического процесса на торговом предприятии. Результаты проведенной работы представить в соответствующем разделе отчета по практике.

3. Проанализировать работу предприятия за предыдущий (отчетный) год, по основным экономическим показателям деятельности предприятия, влияние маркетинговых инструментов на целевые показатели предприятия. Анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия. Оценить воздействие на предприятие макро и микросреды; анализ текущего положения предприятия. Результаты проведенной работы представить в соответствующем разделе отчета по практике.

4. Изучить планирование маркетинговой деятельности на предприятии: сформулировать миссию фирмы; спрогнозировать объем продаж на ближайшую перспективу; сформулировать цель предприятия по данному (выбранному) товару (или товарной группе); составить план конкретных действий; произвести упорядочение действий плана маркетинга.

5. Изучить организацию торгово-технологического процесса; проанализировать основные показатели эффективности торгово-технологического процесса на торговом предприятии. Провести анализ основных показателей эффективности торгово-технологического процесса, минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

6. Изучить ассортиментную политику торговой организации; проанализировать показатели ассортимента и качества товаров и выявить факторы, сохраняющих их качество.

7. Изучить содержания работ по закупке товаров: выявление и анализ источников закупки товаров, определение спроса покупателей, участие в формировании и предоставлении заказов поставщикам или в заключении с ними договоров, в осуществлении контроля за поставками и ведением претензионной работы, в стимулировании сбыта.

8. Изучить организации работ по продажам товаров методами, существующими на предприятии и способствующим увеличению товарооборота и прибыли; изучение экономических, технологических и социальных показателей, характеризующих продажи товаров, работы по стимулированию продаж; знакомство с оформлением документов и учетом товаров в процессе продажи.

9. Провести анализ маркетинговой деятельности и окружающей среды предприятия, анализ конъюнктуры рынка, целевого сегмента и текущего положения объекта исследования. Проанализировать и прогнозировать спрос потребителей, провести анализ маркетинговой информации.

10. Провести научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности. Разработать мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования с использованием инновационных методов, средств и технологий.

11. Провести маркетинговое исследование по выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров. По результатам анализа поведения потребителей, сформировать потребительские предпочтения, а так же воздействовать на потребителя в процессе принятия решения, используя факторы маркетингового воздействия.

Типовые контрольные вопросы для проведения устного опроса (собеседования) в целях оценки уровня сформированности компетенций

1. Дайте краткое описание основных тенденций развития отрасли, к которой относится предприятие.

2. Как на предприятии происходит сбор информации о рынке (специалисты отделов могут самостоятельно проводить мониторинг, либо на предприятии проводятся маркетинговые исследования, может компания обращается в специализированные исследовательские организации) (ПК-3).

3. Использует ли предприятие результаты маркетинговых исследований или мониторинга при планировании закупочной и сбытовой работы, ассортиментной политики (ПК-3).

4. Как происходит поиск поставщиков товаров, характеристика действующих поставщиков по отраслевой принадлежности, месту нахождения, виду и объемам поставляемой продукции (ПК-11).

5. Как происходит анализ основных условий договоров, применяемых в торговой деятельности (ПК-11).

6. Методы оценки эффективности работы с поставщиками: выполнение планируемых объемов поставки, соблюдение условий договора в части сроков и периодичности, анализ затрат на товароснабжение по категориям поставщиков и др. (ПК-11)

7. Как происходит составление внутрифирменной классификации ассортимента реализуемых товаров (ПК-1).

8. Как определяется удельный вес каждой товарной группы или вида продукции в структуре ассортимента по количеству позиций, по объему продаж. Важно сделать вывод о том, какие товары пользуются наибольшим спросом у потребителя. Рассчитайте коэффициенты широты и глубины (ПК-1).

9. Влияние качества, цены товара, широты ассортимента на объем продаж (ПК-3).

10. Как проанализировать факторы, влияющие на формирование ассортимента. Определить как внутрифирменные факторы и внешние факторы такие как спрос, предложение, уровень конкуренции влияют на выбор ассортиментных позиций (ПК-3).

11. Как проводится оценка эффективности ассортиментной политики предприятия, в том числе с применением инноваций. Для торгового ассортимента рекомендуется проводить с использованием ABC\XYZ – анализа и Матрица BCG (ПК-3).

12. Оборачиваемость и сбалансированность товарных запасов на предприятии (ПК-2).

13. Влияние уровня товарных запасов на организацию торгово-технологического процесса (ПК-2).

14. Поступление и приемка товаров по количеству и качеству: графики завоза товаров и их соблюдение, наличие четких требований к приемке и их соблюдение, соот-

ветствие сопроводительных документов, наиболее часто выявляемые нарушения, способы решения разногласий (ПК-1).

15. Выкладка товаров (для предприятий розничной торговли): наличие планов, схем выкладки товаров в торговом зале, их соблюдение. Соблюдение основных принципов и правил мерчандайзинга (ПК-3).

16. Комплектация партий и отгрузка товаров покупателям (для предприятий оптовой торговли): сроки, способы и условия доставки товаров, анализ маршрутов и соблюдение основных принципов товародвижения (ПК-2).

17. Характеристика обслуживаемых сегментов, при этом важно выделить долю продаж по сегментам, условия реализации товаров и обслуживания 20 покупателей, определить приоритетные сегменты и те ниши рынка, которые еще не заняты.

18. Анализ методов продажи товаров, в том числе инновационных: описание используемых методов, роль метода продажи в формировании прибыли, эффективность применения метода обслуживания с учетом потребностей покупателей, специфики товара, материально – технического оснащения предприятия и других факторов (ПК-11).

19. Как происходит оценка качества торгового обслуживания. В данном случае с использованием опроса или методов «тайный покупатель», «аудит розничных сетей» можно провести оценку по таким параметрам как: качество работы персонала, мерчандайзинг, широта ассортимента и доступность информации о товаре, удобство посещения магазина (склада оптовика), послепродажное обслуживание, скорость выполнения заказов, эффективность рекламы, скидок, акций и других стимулирующих программ. Можно провести оценку в сравнении с конкурентами по этим же параметрам (ПК-3).

20. Стимулирование сбыта: описать используемые средства рекламы, на какой сегмент потребителей они ориентированы, затраты на рекламу, дисконтные программы для покупателей, дополнительные послепродажные услуги и сервис, мероприятия, относящиеся к комплексу ВТL-маркетинга. Важно определить, насколько они действенны и эффективны (ПК-3).

21. Определение преимуществ и проблем в организации торговой деятельности предприятия, возможных путей их решения (ПК-11).

22. Выработать возможные изменения в стратегии развития предприятия (ПК-11).

23. Как происходит разработка плана мероприятий по совершенствованию торговой деятельности (ПК-2).

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, формируемых в ходе прохождения практики

4.1. Формы контроля (процедуры оценивания)

Отчет по практике – это аналитическая (практическая) работа, которая выполняется студентом и является совокупностью полученных результатов самостоятельного исследования теоретических и практических навыков в период прохождения преддипломной практики на предприятии.

Перед началом практики студент должен оформить направление на практику (данный документ выдается на кафедре «Производственный менеджмент») и сформировать проект плана отчета. Практические аспекты в отчете по практике должны рассматриваться в соответствии с выбранной темой выпускной квалификационной работы.

Составление отчета осуществляется в период всей практики. Отчет должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Необходимо использовать творческий подход к оформлению и представлению собранной информации, критически оценивая отражаемые в источниках сведения и

данные. Студенту необходимо не только раскрыть состояние дел по рассматриваемым вопросам, а также определить недостатки, выявить их причины и дать решения по их устранению с обоснованием прогрессивных и перспективных направлений совершенствования.

Примерный план отчета по преддипломной практике

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основная часть (в которой подробно описываются все результаты (разработки, исследования и т.п.), полученные в ходе прохождения практики и выполнения индивидуального плана преддипломной практики).
5. Заключение.
6. Список литературы.
7. Приложение (при необходимости).

Пример:

Введение

1. Общая организационная характеристика розничной сети АО «Тандер» магазина «Магнит»

- 1.1. Историческая справка предприятия
- 1.2. Организационная структура управления
- 1.3. Анализ основных экономических показателей деятельности магазина «Магнит»

2. Маркетинговое управление торгово-технологической системой в розничной торговле

- 2.1. Анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия
- 2.2. Анализ организации торгово-технологического процесса в магазине «Магнит»
- 2.3. Анализ управления маркетинговой деятельностью

Заключение

Список литературы

При подготовке отчета студенту следует использовать:

- планы работы предприятия, годовые отчеты, статистическую отчетность и другую документацию для изучения состояния и уровня развития конкретного вида деятельности или хозяйствующего субъекта, в соответствии с поставленными целями объекта исследования;

- различные научные, специальные, периодические, нормативные и другие источники и материалы, систематизируя и обобщая нужную для того или иного раздела отчета информацию.

Общие требования к отчетам по преддипломной практике.

Примерный объем отчета – 30-40 страниц машинописного текста.

Общие требования к отчетам: логическая последовательность и четкость изложения материала; краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования; убедительность аргументации; конкретность изложения материала и результатов работы; информационная выразительность; достоверность; достаточность и обоснованность выводов, отсутствие пунктуационных, орфографических и синтаксических ошибок. Оригинальность отчета - от 60 %.

Отчет по преддипломной практике должен быть оформлен в соответствии с ГОСТ 7.32-2001.СИБИД. Отчет о преддипломной практике. Структура и правила оформления.

4.2 Шкала оценивания отчета по практике (зачет с оценкой)

Продвинутый уровень («отлично») 100-85 баллов		
	Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий	Оцениваемые компетенции
Отчет по практике	<p>1. Во введении четко сформулированы: цель, задачи, объект и предмет исследования, в строгом соответствии с темой бакалаврской работы.</p> <p>2. Логично, структурировано и полно, на высоком уровне представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеристика предприятия и его организационная структура управления. - анализ основных экономических показателей деятельности предприятия в динамике за 3 года; - анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия; оценка воздействия на предприятие макро и микросреды; анализ текущего положения предприятия; - проблемы в деятельности предприятия - объекта практики в целом и в рамках направления исследования по теме бакалаврской работы в частности; <p>3. Сделаны обоснованные выводы и намечены реальные пути решения обозначенных проблем.</p> <p>4. Представлен список литературы, отражающий все разделы отчета, использована иностранная литература</p> <p>5. Отчет оформлен в соответствии с методическими рекомендациями</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11
Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • продемонстрировано глубокое и систематическое знание всего программного материала, исчерпывающее, последовательное, четкое и логически стройное изложение материала отчета по практике, умение тесно увязывать теорию с практикой, отсутствие затруднений с ответом при видоизменении вопросов, задаваемых членами комиссии по приему отчета, использование монографической литературы, правильное обоснование принятых решений, свободное владение научным языком и терминологией соответствующей научной области; • продемонстрировано умение реализовать компетенции, формируемые в ходе прохождения преддипломной практики в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности, а также в нестандартных и непредвиденных ситуациях, создавая при этом новые правила и алгоритмы действий. 	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11

Углубленный уровень «хорошо» 84-71 баллов		
	Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий	Оцениваемые компетенции
Отчет по практике	<p>1. Во введении достаточно корректно сформулированы: цель, задачи, объект и предмет исследования, допущены незначительные ошибки.</p> <p>2. Достаточно логично, структурировано и полно представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеристика предприятия и его организационная структура управления. - анализ основных экономических показателей деятельности предприятия в динамике за 3 года; - анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия; оценка воздействия на предприятие макро и микросреды; анализ текущего положения предприятия; - проблемы в деятельности предприятия - объекта практики в целом и в рамках направления исследования по теме бакалаврской работы в частности. <p>Допущены незначительные неточности, ошибки в содержании, логике изложения, неточности формулировок</p> <p>3. Сделаны выводы, достаточно логично вытекающие из содержания основной части.</p> <p>4. Представлен список литературы, отражающий все разделы отчета, использована иностранная литература, присутствуют незначительные нарушения оформления и цитирования литературы.</p> <p>5. В целом выполнено в соответствии с методическими рекомендациями, допущены незначительные отклонения</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11
Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • Продемонстрировано знание всего программного материала, свободно изложение материала отчета по практике, умение увязывать теорию с практикой, затруднения с ответом при видоизмененные вопросы, задаваемые членами комиссии по приему отчета, принятые решения обоснованы, но присутствуют в проведенных расчетах неточности; владение научным языком и терминологией соответствующей научной области, затруднения с ответом при видоизменении заданий, при обосновании; • продемонстрировано умение реализовать компетенции, формируемые в ходе прохождения преддипломной практики в типовых ситуациях и в ситуациях повышенной сложности 	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11

Базовый уровень («удовлетворительно») 70 – 60 баллов		
	Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий	Оцениваемые компетенции
Отчет по практике	<p>1. Во введении нечетко сформулированы: цель, задачи, объект и предмет исследования, допущены незначительные ошибки.</p> <p>2. Недостаточно логично, структурировано и полно представлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеристика предприятия и его организационная структура управления. - анализ основных экономических показателей деятельности предприятия в динамике за 3 года; - анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия; оценка воздействия на предприятие макро и микросреды; анализ текущего положения предприятия; - проблемы в деятельности предприятия - объекта практики в целом и в рамках направления исследования по теме бакалаврской работы в частности. <p>Допущены неточности, ошибки в содержании, логике изложения, неточности формулировок</p> <p>3. Выводы не достаточно обоснованы.</p> <p>4. Представлен список литературы, отражающий не все разделы отчета, использована иностранная литература, присутствует нарушения оформления и цитирования литературы</p> <p>5. В целом выполнено в соответствии с методическими рекомендациями, допущены отклонения</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11
Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> • Продемонстрированы фрагментарные знания материала, изложенного в отчете по преддипломной практике, знания важнейших разделов теоретического курса освоенных дисциплин и содержания лекционных курсов, неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, затруднения в ответах на вопросы, задаваемые членами комиссии по приему отчета; • продемонстрировано умение реализовать компетенции, формируемы в ходе прохождения преддипломной практики в типовых ситуациях. 	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11

Нулевой уровень («неудовлетворительно») менее 60 баллов

Критерии, показатели выполнения типовых контрольных заданий		Оцениваемые компетенции
Отчет по практике	<p>1. Во введении отсутствуют или не соответствуют теме бакалаврской работы: цель, задачи, объект и предмет исследования.</p> <p>2. Фрагментарно, без логики представлены:</p> <ul style="list-style-type: none">- характеристика предприятия и его организационная структура управления;- анализ основных экономических показателей деятельности предприятия в динамике за 3 года;- анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия; оценка воздействия на предприятие макро и микросреды; анализ текущего положения предприятия;- проблемы в деятельности предприятия - объекта практики в целом и в рамках направления исследования по теме бакалаврской работы в частности. <p>Допущены значительные ошибки в содержании, логике изложения, неточности формулировок</p> <p>3. Выводы не обоснованы или отсутствуют.</p> <p>4. Не представлен список литературы, или присутствуют значительные нарушения оформления и цитирования литературы</p> <p>5. Выполнено не в соответствии с методическими рекомендациями</p>	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11
Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none">• Не владеет представленным материалом, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями поясняет представленные в отчете по преддипломной практике материалы, демонстрирует неспособность отвечать на вопросы, задаваемые членами комиссии по приему отчета;• отсутствует умение реализовать компетенции, формируемые в ходе прохождения преддипломной практики в типовых ситуациях.	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-10, ПК-11

**Рабочий график (план) проведения практики
(20 ___/20 ___ учебный год)**

Шифр _____
 Направление (профиль) 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг в торговой деятельности»
 Курс _____
 Место прохождения практики (наименование организации) _____

Руководитель практики от Университета _____
 Вид практики: преддипломная
 Тип практики преддипломная
 Способ проведения практики: выездная/стационарная
нужное подчеркнуть
 Срок прохождения практики: с _____ по _____.

Дата (сроки)	Планируемые формы работы (раздел практик)
	Знакомство с целями, задачами, содержанием и сроками прохождения преддипломной практики
	Знакомство с правилами внутреннего распорядка. Прохождение инструктажа по технике безопасности
	Формулировка цели, задач, объекта и предмета исследования
	Изучение характеристики предприятия и его организационной структуры управления. Анализ основных экономических показателей деятельности предприятия в динамике за 3 года
	Анализ маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия.
	Сбор и анализ информации по теме бакалаврской работы
	Проведение статистической и математической обработки информации
	Выявление и изучение проблемы в деятельности предприятия - объекта практики в рамках направления исследования по теме бакалаврской работы
	Выводы и пути решения обозначенных проблем
	Оформление теоретических и практических результатов проведенного исследования
	Оформление отчета по преддипломной практике

Руководитель практики от университета (должность, ученое звание)

дата, подпись

Согласовано:
 Руководитель от профильной организации

 Должность ФИО

М.П.

Индивидуальный план/задание

Вид практики: преддипломная

Тип практики преддипломная

Способ проведения практики: выездная/стационарная
нужное подчеркнуть

Обучающийся _____
 (ФИО полностью, группа)

Направление (профиль) 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг в торговой деятельности»

Место проведения практики _____

Объем и краткое содержание (виды работ) практики:

№ п/п	Раздел практики	Курс	Формы текущего контроля успеваемости
1	Ознакомление с содержанием и сроками прохождения практики. Выбор объекта практики. Инструктаж по технике безопасности. Формулировка целей, задач практики.		Раздел отчета по практике: введение
2	Изучение практики деятельности предприятий и организаций в соответствии с темой бакалаврской работы: описание объекта и предмета исследования; сбор и анализ информации о предмете исследования; изучение отдельных аспектов рассматриваемой проблемы; статистическая и математическая обработка информации; освоение методик наблюдения, эксперимента и моделирования.		1,2 Глава отчета по практике
3	Оформление теоретических и практических результатов проведенного исследования и их согласование с научным руководителем бакалаврской работы. Оформление отчета		Оформленный и доработанный отчет по практике
	Предоставление отчета руководителю практики и его защита.		Защита отчета
	Форма отчетности по практике		Зачет с оценкой

Примечание: содержание разделов и пунктов плана определяется содержанием программы практики.

Руководитель практики от Университета:

Должность, звание Ф.И.О.

Дата _____

Задание получил: Ф.И.О. студента

Дата _____

Согласовано:

Руководитель от профильной организации

Должность ФИО

М.П.



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
 Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована DQS
 по международному стандарту ISO 9001:2015

Институт (факультет) _____
 Специальность/направление (профиль /направленность /специализация)

Кафедра _____

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ

Вид практики: _____
 (учебная, производственная, преддипломная)

Место прохождения практики: _____

Отчет выполнил (а):
 студент (ка) группы _____
 _____ ФИО

Руководитель практики от
 профильной организации
 _____ ФИО
 «___» _____ 201 г.
 М.П.

Руководитель практики от Университета
 _____ должность
 _____ ФИО

Результаты защиты отчета

Оценка полученная на защите
 «_____»

Члены комиссии:
 _____ (_____)
 подпись Фамилия И.О.
 _____ (_____)
 подпись Фамилия И.О.
 «___» _____ 201 г.

Астрахань
 (указывается город прохождения практики)