

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Выборнова Любовь Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.04.2021 15:17:49  
Уникальный программный ключ:  
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Экономика, организация и коммерческая деятельность»



ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ  
ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НАПРАВЛЕННОСТИ (ПРОФИЛЯ) «МАРКЕТИНГ»  
НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 38.03.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

ВСЕГО:  
Производственная (преддипломная) практика 8 семестр (4 курс), 108 ч., 3 з.е.

Программа производственной (преддипломной) практики по основной профессиональной образовательной программе (далее – ОПОП или образовательная программа) направленности (профиля) «Маркетинг» направления 38.03.06 «Торговое дело» разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.11.2015 г. №1334 (зарегистрировано в Минюсте 03 декабря 2015 №39956);

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013г. № 1367;

- Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383;

- Основной профессиональной образовательной программы высшего образования ФГБОУ ВО «ПВГУС» по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», направленность (профиль) «Маркетинг»;

- локальными нормативными актами ФГБОУ ВО «ПВГУС».

Программа производственной (преддипломной) практики разработана с учетом:

1. Профессионального стандарта: «Специалист в области маркетинга детских товаров», утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 1176н от 26.12.2014 г.

2. Учебного плана по образовательной программе «Маркетинг» направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Разработал (и): к.э.н., старший преподаватель Абрамова Л. А.

  
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП, к.э.н., старший преподаватель Алябьева Е.М.

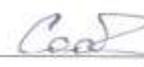
  
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Директор ООО «КРИСТАЛ СЕРВИС»

  
А. Ф. Краснов  
МП

Директор ООО «Престиж-С»

  
С. В. Соболев  
МП

Рассмотрено на заседании кафедры «Экономика, организация и коммерческая деятельность»

протокол № 1д от 14.06.2018 г.

Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор

  
(подпись) Е.В. Башмачникова  
(Ф.И.О.)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ВИД, ТИП, ОБЪЁМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ
- 1.2 Общие требования к организации производственной (преддипломной) практики
2. ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ
- 2.1. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики
- 2.2. Вид, тип, способ, форма проведения, объём и продолжительность производственной (преддипломной) практики
- 2.3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной (преддипломной) практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
- 2.4. Место производственной (преддипломной) практики в структуре образовательной программы
- 2.5. Содержание программы практики
- 2.6. Формы отчетности по производственной практике
3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
- 3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
- 3.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
- 3.3. Индивидуальные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
- 3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
- 3.5. Проведение инструктажа по охране труда
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ
- 4.1. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ
- 4.1.1. Учебная литература
- 4.1.2. Ресурсы сети «Интернет»
- 4.2. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ
- 4.2.1. Программное обеспечение
- 4.2.2. Информационные справочные системы
5. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО – ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ
6. ТРЕБОВАНИЯ К КАДРОВОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ
7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ
- ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Направление на практику
- ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Титульный лист отчета по практике  
Структура отчета
- ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Дневник практики
- ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Аттестационный лист

## 1. ВИД, ТИП, ОБЪЁМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ

№ п/п	Вид практики	Тип практики	Объём практики		Продолжительность практики, кол-во недель	Курс	Семестр	Формируемые компетенции
			з/ед.	академ. час.				
1	Производственная практика	преддипломная практика (проводится для выполнения выпускной квалификационной работы)	3	108	2	4/5	8/9	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15
			<b>3</b>	<b>108</b>	<b>2</b>			

Примечание: -/- курс, семестр соответственно для очной и заочной форм обучения

### 1.2. Общие требования к организации производственной практики

Организация проведения производственной практики, предусмотренной ОПОП ВО, осуществляется университетом на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует виду (ам) профессиональной деятельности, реализуемым образовательными программами (далее - профильная организация). Практика может быть проведена непосредственно в лабораториях и структурных подразделениях ФГБОУ ВО «ПВГУС».

Сроки проведения производственной (преддипломной) практики устанавливаются ФГБОУ ВО «ПВГУС» в соответствии с требованиями ФГОС и учебного плана образовательной программы.

Для руководства производственной практикой, проводимой в университете, назначается руководитель (руководители) практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу, имеющих ученую степень/ученое звание.

Для руководства производственной практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу университета имеющих ученую степень/ученое звание, организующий проведение практики (далее - руководитель практики от университета). Руководитель (руководители) практики от профильной организации назначается из числа работников профильной организации, имеющих стаж работы по профилю образовательной программы не менее 3-х лет (далее - руководитель практики от профильной организации).

При проведении производственной (преддипломной) практики в профильной организации руководителем практики от университета и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики (раздел дневника практики).

Способы проведения производственной (преддипломной) практики :

стационарная;

выездная.

Стационарная производственная практика проводится на кафедрах, в лабораториях,

иных структурных подразделениях ФГБОУ ВО «ПВГУС», либо в профильных организациях, расположенных на территории г. Тольятти или в местах проживания обучающихся, осуществляющих деятельность, соответствующую направленности образовательной программы.

При прохождении стационарной производственной (преддипломной) практики проезд к месту проведения практики и обратно не оплачивается, дополнительные расходы, связанные с проживанием вне места постоянного жительства (суточные), не возмещаются.

Выездной является производственная практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором проживает обучающийся. Выездная производственная практика может проводиться в полевой форме в случае необходимости создания специальных условий для ее проведения.

Практика проводится в следующих формах:

а) непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных образовательной программой;

б) дискретно:

по видам практик - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики;

по периодам проведения практик - путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Возможно сочетание дискретного проведения практик по их видам и по периодам их проведения.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную, производственную, в том числе преддипломную практики, по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

При наличии в организации вакантной должности, работа на которой соответствует требованиям содержания производственной (преддипломной) практики, с обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор о замещении такой должности.

Направление на производственную практику оформляется распорядительным актом ректора университета с указанием закрепления каждого обучающегося за профильной организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Обучающиеся в период прохождения производственной (преддипломной) практики :

- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка профильной организации;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

В соответствии с требованиями, установленными в университете формирование рейтинговой оценки обучающегося по практической подготовке осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по прохождению практики.

Текущий контроль прохождения всех видов практики осуществляется руководителем практики от университета и руководителем практики от профильной организации.

Промежуточная аттестация по производственной практике осуществляется на основании представленного студентом отчета по практике и приложений к нему. Промежуточная аттестация направлена на оценку уровня сформированности компетенций в соответствии с программой практики.

К защите отчета по производственной практике допускается обучающийся, имеющий:

- положительные оценки уровня сформированности компетенций в аттестационном

листе руководителей практики от организации и от университета;

- положительную характеристику руководителя от профильной организации по освоению общекультурных (общих) компетенций в период прохождения практики:

- дневник практики, заполненный в соответствии с требованиями, установленными настоящей программой;

- отчет по практике, составленный в соответствии с установленными требованиями и заданием на практику.

Обучающимся, не проходившим производственную практику по неуважительной причине или получившим отрицательную оценку по практике, предоставляется возможность прохождения практики в другой период, как правило, совмещая обучение. Неявка или неудовлетворительная оценка по производственной практике является академической задолженностью, для ликвидации которой обучающемуся предоставляется возможность передачи не менее двух раз в период до одного года с момента ее образования. Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку по производственной (преддипломной) практике не допускается к прохождению государственной (итоговой) аттестации.

## 2. ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

### 2.1. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики

Основными целями производственной (преддипломной) практики являются:

- практическое применение теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- формирование навыков самостоятельного поиска, сбора, систематизации и обработки организационно-технологической информации с целью разработки и обоснования мероприятий по совершенствованию организации труда, производства и управления;
- приобретение профессиональных умений и навыков в соответствии с направлением и профилем подготовки;
- приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере;
- формирование профессиональных компетенций на основе систематизации знаний и привития практических навыков студентам в принятии экономических решений.
- сбор информации и выполнение выпускной квалификационной работы.

Задачами производственной (преддипломной) практики при обучении бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» являются:

#### **торгово-технологическая деятельность:**

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
- организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;
- организация и осуществление приемки товаров по количеству и качеству, их учета;
- проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
- управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
- участие в работе по обеспечению и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;
- регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;
- организация материально-технического снабжения предприятия, технология и организация закупки и продажи (сбыта) товаров;
- участие в обеспечении товародвижения, его учете, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь;
- осуществление маркетинговых мероприятий по товародвижению и по движению товаров;
- участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
- организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
- осуществление контроля качества и приемки товаров по количеству и качеству;
- участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
- обеспечение сохранности товаров в процессе их товародвижения;
- регулирование и контроль условий и сроков хранения товаров, проведение инвентаризации, определение и списание потерь;

- участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;

- соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;

- оформление и контроль правильности составления технической документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов).

**организационно-управленческая деятельность:**

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;

- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;

- идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;

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

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

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

- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;

- выбор и реализация стратегии ценообразования;

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

- обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;

- управление товарными запасами и их оптимизация;

- управление персоналом;

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

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

**научно-исследовательская деятельность:**

- организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;

- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;

- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

**проектная деятельность:**

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

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

- проектирование размещения торговых организаций;

**логистическая деятельность**

- выбор или формирование логистических цепей в торговле;

- участие в разработке логистических схем в торговле;

— управление логистическими процессами.

## 2.2. Вид, тип, способ, форма проведения, объём и продолжительность производственной (преддипломной) практики

### 1. Вид практики:

производственная практика.

### Тип практики:

преддипломная практика.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

### Способ проведения производственной (преддипломной) практики:

стационарная;

выездная.

### Форма проведения практики: дискретно.

### Объём производственной (преддипломной) практики:

3 зачётных единицы, 108 академических часов.

### Продолжительность производственной (преддипломной) практики: 2 недели.

## 2.3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной (преддипломной) практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-1	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-4	способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
ПК-5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-12	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

ПК-13	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)
ПК-14	способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность
ПК-15	готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики обучающийся должен демонстрировать результаты освоения компетенций:

Код и наименование компетенции	Практический опыт	Необходимые умения	Необходимые знания
ПК-1 способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Изучение потребительских качеств производимых организацией товаров и сравнение их с конкурирующими аналогами Осуществление портфельного анализа и оценки рыночного потенциала продукции предприятия, ориентированной на покупателей и потребителей Оптимизация ассортимента организации с точки зрения прибыльности и социальной ответственности; структурирование ассортимента Поддержание оптимального соотношения между новыми и старыми товарами организации Разработка и согласование ассортиментной политики и программы с учетом восприятия продуктов социально чувствительными категориями потребителей (детьми) Разработка и согласование линейки торговых марок с учетом возрастной и половой целевой группы детей	Критически оценивать эстетичность, функциональность, практичность, безопасность, физиологичность и гигиеничность товаров	Основы товароведения и категорийного менеджмента (особенности взаимодействия с категорийными менеджерами, особенности категорий товаров)
ПК-2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Планирование, организация и контроль торгово-технологических процессов на предприятии	Формировать и оптимизировать запасы готовой продукции с учетом специфики товарного рынка	Основы маркетинга, экономики, складского, бухгалтерского, управленческого учета Основы управления складскими запасами, основы логистики
ПК-3	Сбор, систематизация и	Определять	Основы педагогики,

<p>готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>анализ маркетинговой информации по отрасли, по объему, рынкам, брендам, долям рынка основных конкурентов Проведение клиентского анализа персональных покупателей и потребителей товаров, изучение поведения, образа жизни, способов проведения свободного времени; психологических факторов формирования лояльности к бренду и репутации организации Изучение степени влияния агентов социализации на спрос в отношении отдельных характеристик и параметров товаров, а также специфических групп товаров Анализ специфики формирования рыночных цен с учетом восприятия потребителями справедливой цены на товары Проведение всестороннего самостоятельного анализа кратковременных и долговременных тенденций покупательского спроса в соответствии со специализацией торгового предприятия или изучение исследований организаций и специалистов, занимающихся экспертным анализом и прогнозированием тенденций потребления детских товаров Внесение предложений по модернизации продуктовой линии на основании наличия спроса на рынке товаров Мониторинг уровня удовлетворенности продукцией целевых групп потребителей товаров</p>	<p>существующие и потенциальные характеристики социально чувствительных категорий потребителей (детей и будущих матерей) инструментами маркетинга с учетом психологии Оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка товаров с учетом изменений потребностей основных категорий потребителей Активировать потребительский спрос</p>	<p>возрастной психологии, физиологии, гигиены детей Маркетинговые способы, инструменты и методы Организация маркетинговой деятельности по отраслям и сферам применения Теория коммуникаций: методология и модели интегрированных коммуникаций Особенности психологии возрастных категорий потребителей</p>
<p>ПК-4 способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p>Идентификация товаров для осуществления профессиональной деятельности Осуществление сертификации и лицензирования товаров для продвижения российского и международного рынков в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений</p>	<p>Получать информацию об основополагающих характеристиках, идентифицировать товары</p>	<p>Основы товароведения и категорийного менеджмента Технико-экономические параметры реализуемых организацией товаров Основы законодательного регулирования разработки и продвижения товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования товаров рамках Таможенного союза, Всемирной</p>

			торговой организации и других международных торговых союзов и объединений
ПК-5 способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Разработка, анализ выполнения и корректировка бюджета подразделения	<p>Осуществлять декомпозицию целей для подразделений</p> <p>Организовывать контроль выполнения плановых показателей</p> <p>Организовывать оперативное взаимодействие с персоналом для получения обратной связи по выполнению плана продаж</p> <p>Оперативно корректировать деятельность отдела по выполнению плана продаж</p> <p>Выявлять и анализировать причины появления нештатных ситуаций, устанавливать причины их возникновения и принимать меры по их предотвращению</p> <p>Разрешать конфликтные ситуации</p> <p>Разрабатывать структурированный бюджетный план</p> <p>Разрабатывать и применять инструментарий для расчета бюджета</p> <p>Анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения бюджетного плана</p> <p>Оперативно корректировать бюджетный план</p> <p>Своевременно корректировать бюджет</p> <p>Организовывать разработку программ мотивации персонала подразделения</p> <p>Организовывать контроль финансовой деятельности подразделения</p>	<p>Теория управления и модели развития бизнеса организации</p> <p>Организационная структура организации</p> <p>Основы менеджмента</p> <p>Методы управления временем</p> <p>Принципы корпоративной культуры</p> <p>Методики бюджетирования</p> <p>Основы инвестиционного проектирования</p> <p>Финансовое планирование и бюджетирование</p>
ПК-6 способность выбирать деловых партнеров, проводить	Проведение клиентского анализа институциональных покупателей и потребителей Посещение презентаций,	Работать с различными группами покупателей и потребителей и агентами влияния	<p>Экономическая география</p> <p>Основы таможенного права</p> <p>Принципы ведения</p>

с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	выставок, показов, просмотров и других обзорных мероприятий нового ассортимента производителей товаров Взаимодействие с торговыми партнерами (дистрибьюторы, дилерами, реселлерами, торговыми сетями, логистическими центрами, франчайзинг) Разработка и согласование системы распределения и программы стимулирования партнеров в цепочке поставок товаров и услуг	Отбирать поставщиков, обеспечивающих оптимальный ассортимент и стабильные поставки товаров Взаимодействовать с поставщиками, потребителями и со всеми подразделениями организации Стимулировать участников системы сбыта товаров, использовать каналы для продвижения	деловой переписки и деловых переговоров Основы межличностных отношений Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации) Этика делового общения
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Анализ системы продаж с учетом сегментации и позиционирования Расчет и корректировка предполагаемых объемов сбыта и ценовых показателей новых товаров Согласование предложений по оптимизации ассортимента с возможностями предприятия, исходя из необходимости переналадки или закупки нового технологического оборудования и на основании экономической целесообразности Осуществление маркетинговой поддержки отдела продаж Выработка рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок для групп клиентов на различные виды товаров в соответствии с тенденциями рынка Формирование требований к партнерам по каналам распределения товаров, квалификации персонала, соблюдению санитарно-гигиенических норм, обеспечению безопасности Формирование рекомендаций для системы продаж (дистрибуции) с учетом потребностей основных категорий потребителей Маркетинговая поддержка продаж	Осуществлять поиск вторичной информации с учетом специфики рынка товаров	Методы прогнозирования сбыта продукции и рынков Специфика отраслевой терминологии, связанной с производством, реализацией и использованием товаров Экономические основы производства и влияние производственных факторов на ценообразование (организационных, технологических) Технологические особенности организации Формы организации прямого и косвенного сбыта с учетом специфики рынка, механизмы взаимодействия на них и способы их мотивации Государственное и международное законодательное и нормативно-правовое регулирование производства и сбыта товаров в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений
ПК-8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	Осуществление контроля представления цен в местах торговли на предмет точности, ясности и очевидности с учетом психологии восприятия цен	Работать с различными группами покупателей и потребителей товаров и агентами влияния	Основы социологии, педагогики, психологии Основы мерчендайзинга

<p>ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>Оценка рисков и возможностей при различных сценариях развития региональных рынков с учетом экономических, демографических, политико-юридических, социально-культурных, технологических, экологических факторов внешней среды Анализ рисков, связанных с деятельностью действующих и потенциальных конкурентов, производящих аналоги или товары-заменители, поставщиков, а также с деятельностью регуляторов организаций на рынке Выбор наиболее перспективных сегментов рынка и оценка их объема и потенциальной емкости Изучение производственного, технологического и рыночного потенциала организации; определение сильных и слабых сторон с проекцией на различные категории потребителей Осуществление контроля цен на товары с целью выяснения необходимости изменения цен, подготовка предложений по изменению и корректировке стратегий и политик ценообразования в ответ на изменение поведения потребителей, конкурентов и торговых партнеров Обеспечение конкурентоспособности цен на товары с точки зрения объемов продаж и прибыли Формулировка и согласование с руководством маркетинговых целей, определение стратегии маркетинга, согласованной с общей стратегией организации Формирование маркетингового плана и маркетингового бюджета организации Формирование тактических решений в области маркетинга: определение комплекса маркетинговых функций, их содержательного наполнения с учетом взаимодействия с различными категориями</p>	<p>Выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации Выявлять закономерности в изменениях маркетинговой среды и маркетинговой политике организации Работать с ценообразованием с учетом требований социальной ответственности и законодательных ограничений Анализировать маркетинговые параметры внутренней среды организации Осуществлять маркетинговое стратегическое и бизнес-планирование, разрабатывать маркетинговые политики, программы и инструкции, локальные маркетинговые стандарты предприятия, описывать бизнес-процессы Выявлять и оценивать риски в маркетинговой деятельности Осуществлять постановку маркетинговых целей и задач на стратегическом и тактическом уровне с учетом специфики товарного рынка Владеть инструментарием формирования маркетинговых программ Прогнозировать результаты и учитывать последствия реализации разрабатываемых маркетинговых стратегий, политик и программ с позиции социальной ответственности Осуществлять</p>	<p>Основы брендинга с точки зрения ценностного подхода к формированию цены Современные модели маркетинга; типы маркетинговых стратегий и методы, направленные на повышение конкурентных позиций фирмы; роль инноваций при формировании конкурентных преимуществ Принципы стратегического управления и планирования Основные принципы и методы проведения маркетингового анализа внутренней среды организации Основные принципы и методы проведения маркетингового анализа внутренней среды организации Система маркетинговых политик и программ с учетом специфики товарного рынка Управление финансами в контексте управления материальными и нематериальными активами (акционерным капиталом, интеллектуальной собственностью)</p>
---	---	---	--

	<p>потребителей Разработка и согласование политики ценообразования и программы ценового стимулирования сбыта организации и с учетом психологии восприятия цен Разработка и согласование стратегии продвижения товаров и программы стимулирования спроса с учетом психологии потребителей Разработка и согласование стратегии внешних и внутренних коммуникаций, соответствующей параметрам этичности и социальной ответственности и требованиям законодательных норм информационной безопасности Разработка и согласование стратегии позиционирования с учетом взаимодействия с различными категориями потребителей Разработка концепции и стратегии бренда, направленной на повышение доверия у аудитории Представление стратегий, политик и программ для маркетинговых активов на согласование Представление политик и программ маркетинговых активов для согласования</p>	<p>постановку маркетинговых целей и задач на стратегическом и тактическом уровнях с учетом специфики товарного рынка</p>	
<p>ПК-10 способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p>	<p>Определение типа требуемой маркетинговой информации о товарном рынке и ведение маркетинговых баз данных Выбор методов и масштабов проведения онлайн- и офлайн-маркетинговых исследований рынка Проведение социологических, культурологических и иных исследований с целью выявления ключевых потребностей общества Анализ и оценка проведенных маркетинговых исследований, оценка полученной информации и выявление системы взаимосвязей между различными факторами Подготовка отчетов по результатам маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней среды организации с</p>	<p>Анализировать, синтезировать и критически резюмировать большие объемы информации о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых решений Осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований Осуществлять ценовой аудит и мониторинг</p>	<p>Основные источники и методы сбора и средства хранения, переработки маркетинговой информации Технологии и средства сбора и обработки маркетинговых данных Принципы и методы проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа рынка Основы маркетинга Методология развития рынка и модели развития бизнеса организации</p>

	<p>выводами и рекомендациями к маркетинговым политикам и программам организации</p> <p>Мониторинг и проведение сравнительной оценки существующих аналогов товаров, выявление видов и моделей с наибольшим потенциалом продаж</p> <p>Проведение всестороннего самостоятельного ценового мониторинга или заказ исследований внешним организациям</p> <p>Формирование маркетинговых активов организации</p>		
<p>ПК-11</p> <p>способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>	<p>Подготовка предложений по разработке нового продукта по результатам исследования потребностей покупателей</p> <p>Тестирование новых товаров и связанных с ними маркетинговых программ с учетом требований социальной ответственности, подготовка предложений по доработке по результатам тестирования</p> <p>Подготовка нового продукта для поставки и продвижения на российский и международный рынки с учетом национальных и международных законодательных и регулирующих норм в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений, а также с учетом социальной и культурной специфики целевых региональных рынков</p>	<p>Проводить потребительские тестирования и пробные продажи продукта с учетом особенностей потребительской психологии</p> <p>Оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию маркетинговых мероприятий на рост ценности (стоимости) организации и ее активов</p>	<p>Основы управления проектами разработки новых продуктов и проектными рисками</p> <p>Методики проведения тестирования нового продукта товара и рыночных испытаний с учетом потребительской психологии</p> <p>Основные процессы разработки новых товаров (основы дизайна, конструирования, разработки программного обеспечения в зависимости от типа продуктов)</p> <p>Модели воздействия на рынок, направленные на повышение конкурентных позиций</p> <p>Роль инноваций при формировании конкурентных преимуществ товаров</p>
<p>ПК-12</p> <p>способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>	<p>Формирование концепции и программ разработки новых продуктов</p> <p>Разработка и согласование плана мероприятий по улучшению репутации организации/торговой марки, направленных на формирование и поддержание желаемого образа организации/торговой марки у партнеров, конкурентов, потребителей товаров</p> <p>Разработка программы лояльности к бренду и репутации организации с учетом психологических факторов формирования</p>	<p>Работать со специализированными программами для управления маркетинговыми данными</p> <p>Работать с маркетинговым бюджетом</p>	<p>Модели и инструменты стимулирования спроса и продвижения товаров оптовым и розничным покупателям</p>

	лояльности		
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, и (или) товароведной)	Реализация специализированных программ, повышающих спрос оптовых покупателей и привлекающих интерес розничных покупателей Реализация мероприятий по стимулированию спроса основных категорий покупателей и потребителей Продвижение товаров на целевые рынки, включая международные	Работать с товарам на целевых рынках в соответствии со специализацией и региональным присутствием предприятия Выводить на рынок и продвигать новые виды товаров Работать в системе маркетинга предприятий «бизнес для бизнеса» Работать в составе проектных команд по разработке новых продуктов Работать на оптовых рынках Владеть технологиями продвижения товаров	Законодательство Российской Федерации и особенности международного законодательного и нормативно-правового регулирования маркетинговой деятельности в профессиональной сфере Основные этапы разработки и модели вывода и продвижения новых товаров на рынок
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Проведение маркетингового аудита организации Прогнозирование сбыта и подготовка рекомендаций для своевременной и эффективной загрузки производственных мощностей	Осуществлять экономический и финансовый анализ маркетинговой деятельности, обосновывать целесообразность разрабатываемых маркетинговых мероприятий Экономически обосновывать целесообразность разрабатываемых маркетинговых мероприятий	Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара Основы экономики: методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности и издержек Методы количественной оценки и прогнозирования результатов маркетинговой деятельности
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	Анализ ценообразования, каналов распределения и продвижения Проектирование и построение системы каналов распределения товаров Оптимизация и проведение оценки рентабельности каналов распределения организаций, работающих на рынке Оптимизация поставок и системы продаж продукции на рынок Разработка предложений по созданию стратегических партнерств, использованию каналов распределения и продвижения товаров	Анализировать структуру себестоимости товаров Анализировать цепочки поставок товаров, формировать собственные цепочки поставок Работать с различными типами каналов дистрибуции товаров (франчайзинг, интернет-торговля) в соответствии с особенностями и стратегией предприятия Выбирать правильные методы оценки эффективности логистических распределительных систем Использовать	Основы управления каналами дистрибуции Процессное и проектное управление Основы логистики: методы распределения товарных запасов в сбытовой сети товаров; процессы формирования и оптимизации запасов готовой й продукции, транспортировки и хранения продукции с учетом требований к безопасности

		принципы разработки систем распределения с учетом специфики рынка товаров Осуществлять оценку эффективности логистических распределительных систем и производить необходимые расчеты Анализировать эффективность каналов сбыта товаров и факторов, влияющих на движение товаров внутри каналов распределения	
--	--	--	--

#### **2.4. Место производственной (преддипломной) практики в структуре образовательной программы**

Производственная практика обучающихся является составной частью образовательной программы высшего образования направленности «Маркетинг» направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» и проводится в соответствии с утвержденным учебным планом и графиком учебного процесса.

Производственная практика относится к Блоку 2 «Практики» учебного плана образовательной программы, который в полном объеме относится к вариативной части образовательной программы.

Производственная (преддипломная) практика проводится в объеме 3 з.е., 108 академических часов, в течение 2 недель для обучающихся очной формы обучения на 4 курсе обучения в 8 семестре, для обучающихся по заочной форме обучения на 5 курсе обучения в 9 семестре.

Производственная практика базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин:

№ п/п	Наименование учебных дисциплин, обеспечивающих прохождение практики	Код компетенции
	Предшествующие дисциплины, практики:	
1	Менеджмент	ОК-4
2	Маркетинг	ОПК-4
3	Коммерческая деятельность	ПК-6, ПК-7, ПК-8
4	Правовое регулирование профессиональной деятельности	ОПК-3
5	Экономика организации	ОК-2
6	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ОПК-1, ОПК-4
7	Торговая политика	ПК-6, ПК-8
8	Методы социально-экономического прогнозирования	ПК-10, ПК-11, ПК-14
9	Организация маркетинговой деятельности по отраслям и сферам применения	ПК-3, ПК-9, ПК-10, ПК-11
10	Технологии маркетинговых исследований	ПК-10, ПК-11, ПК-12
11	Перспективные направления развития маркетинга в сфере товарного обращения	ПК-3, ПК-9, ПК-11
12	Организация, технология и проектирование предприятия	ПК-7
13	Основы научных исследований и дипломное проектирование	ПК-10, ПК-11
14	Учебная практика	ПК-6, ПК-7, ПК-8
15	Производственная практика	ПК-1, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

Основными партнерами в организации производственной практики являются следующие профильные организации:

- ООО «Наша-Эра»
- ООО «Агентство Строительных Материалов»
- ООО «Дирекция УК ООО «Прайд»
- ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»
- ООО «Евровент»

Производственная (преддипломная) практика может проводиться в лабораториях и структурных подразделениях ФГБОУ ВО «ПВГУС».

В соответствии с п.17 Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 г. № 1383 обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

## 2.5. Содержание программы практики

№ п/п	Код компетенции	Виды работы на практике	Количество часов	Формы текущего контроля
<i>Подготовительный этап</i>				
1.		Участие в организационном собрании руководителя практики от университета. Получение документации по практике. Составление совместного плана прохождения практики. Оформление индивидуального задания на практику, уточнение целей и задач производственной (преддипломной) практики	3	Собеседование Проверка наличия пакета документов, необходимых для прохождения практики.
2.		Прохождение практики в организации. Ознакомление с охраной труда и правилами внутреннего распорядка. Инструктаж по технике безопасности. Знакомство с историей, профилем, структурой коммерческой организации.	3	
<i>Основной этап</i>				
3.	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15	Общая характеристика деятельности коммерческой организации, производственной структуры организации, системы управления организацией, подготовка исходных данных для проведения исследования по программе практики и индивидуальному заданию; расчет показателей для проведения анализа основных технико-экономических показателей деятельности коммерческой организации; ассортиментной структуры продаж; кадрового обеспечения торгово – технологических процессов; издержек обращения и финансовых результатов торговли. Анализ качества торгового обслуживания. Анализ внутренней маркетинговой среды. Анализ возможностей и угроз внешней среды для организации. Проведение клиентского анализа персональных покупателей и потребителей товаров. Анализ кратковременных и долгосрочных тенденций покупательского спроса. Мониторинг уровня удовлетворенности продукцией целевых групп потребителей товаров. Мониторинг, анализ выполнения и корректировка запланированных показателей по объемам продаж. Оценка рисков и возможностей при различных сценариях развития региональных рынков с учетом экономических, демографических, политико-	30	Собеседование. Контроль хода и качества выполнения заданий.

№ п/п	Код компетенции	Виды работы на практике	Количество часов	Формы текущего контроля
		юридических, социально-культурных, технологических, экологических факторов внешней среды. Анализ рисков, связанных с деятельностью действующих и потенциальных конкурентов, производящих аналоги или товары-заменители, поставщиков, а также с деятельностью регуляторов организаций на рынке. Анализ производственного, технологического и рыночного потенциала организации; определение сильных и слабых сторон с проекцией на различные категории потребителей. Анализ и оценка проведенного маркетингового исследования. Изучение нормативно – правовых, аналитических и других информационных документов.		
4.		Анализ финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий и расчет показателей, которые могут быть использованы для принятия управленческих решений и улучшения финансово-экономического состояния предприятия, обоснования управленческих решений. Организация малых групп для проведения экспертной оценки экономических процессов.	36	
5.		Ведение хронологии практики в дневнике утвержденной формы. Выполнение и оформление разделов ВКР Систематизация собранного материала согласно требованиям к содержанию и структуре отчета. Консультация с руководителем практики от университета, в том числе с использованием современных информационных технологий	30	Проверка внесения соответствующих записей дневник практики Отчет по результатам программы практики
<i>Заключительный этап</i>				
6.		Защита отчета по практике с визуальным представлением полученных результатов	6	<b>Дифференцированный зачет</b>
<b>ИТОГО</b>			<b>108</b>	

### 2.6. Формы отчетности по производственной (преддипломной) практике

По окончании производственной (преддипломной) практики обучающийся представляет на кафедру следующие документы:

- направление на производственную практику (приложение 1);
- дневник производственной (преддипломной) практики, содержащий рабочий график (план) проведения производственной (преддипломной) практики, индивидуальные задания, выполняемые в период практики, характеристику с места прохождения производственной (преддипломной) практики (приложение 3);
- отчет о прохождении производственной (преддипломной) практики (приложение 2);
- аттестационный лист (приложение 4).

1. В направлении указывается полное название университета и профильной организации, сроки прохождения производственной (преддипломной) практики, Ф.И.О. руководителя практики от университета, дата защиты отчета по практике, руководителем практики от профильной организации ставится отметка о выполнении программы

производственной (преддипломной) практики, ставится подпись руководителя практики и печать организации.

2. Дневник производственной (преддипломной) практики является основным документом обучающегося во время прохождения практики. Обучающийся обязан ежедневно кратко записывать в дневник все, что им проделано за соответствующий период по выполнению программы и индивидуальных заданий. Записи о выполненной работе заверяются подписью руководителя производственной (преддипломной) практики от организации. По требованию руководителя практики от организации обучающийся обязан предоставить дневник на просмотр. Руководители практики от организации подписывают дневник после просмотра, делают свои замечания, и уточняют задания. Достоверность информации, представленной в дневнике, подтверждается подписью руководителя практики от организации.

3. Характеристику обучающемуся дает руководитель производственной (преддипломной) практики от профильной организации. В характеристике отмечается степень теоретической и практической подготовки обучающегося и качество выполнения обязанностей на практикуемой должности (если это предусмотрено программой практики), участие в выполняемых работах, трудовая дисциплина и недостатки, если они имели место быть, другие аспекты.

4. Отчет о прохождении производственной (преддипломной) практики составляется обучающимся в соответствии с рабочим графиком (планом) проведения практики, индивидуальными заданиями и дополнительными указаниями руководителей практики от университета и от профильной организации.

Отчет должен отражать отношение обучающегося к изученным материалам по вопросам деятельности организации, с которыми обучающийся знакомился, знаниями и навыками, которые обучающийся приобрел в ходе производственной (преддипломной) практики. Отчет не является повторением содержания дневника, а должен носить аналитический характер. К отчету о прохождении производственной (преддипломной) практики должны быть приложены документы, составленные самим обучающимся при прохождении практики. Дневник, отчет и сопутствующие материалы обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее даты защиты отчета, указанной в направлении на производственную практику.

5. В аттестационном листе, который выдается обучающемуся по завершению прохождения производственной (преддипломной) практики, руководителями от организации и от университета отражается оценка уровня сформированности каждой компетенции в разрезе уровней в соответствии с установленной шкалой оценки. Аттестационный лист подписывается руководителем практики от организации и от университета.

6. Содержание индивидуальных заданий зависит от типа производственной (преддипломной) практики, и может содержать ознакомление со спецификой функционирования профильной организации, его структурой работой различных подразделений, ознакомление с нормативной базой, должностными инструкциями, технологией выполнения задач, особенностями формирования решений, которые считаются результатом выполнения трудовых функций, правоприменительной практикой профильной организации. Результатами выполнения индивидуального задания могут быть приобретение первоначальных навыков работы в определённой должности, выполнение дополнительных задач, поставленных руководителем практики, осуществление систематизации и анализа собранных материалов в отчете по практике и т.п.

### 3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ

#### 3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенций	Заявленные результаты	Основные показатели оценивания компетенции	Формы, методы контроля и оценки
ПК-1	<b>Практический опыт</b>	<p>Изучение потребительских качеств производимых организацией товаров и сравнение их с конкурирующими аналогами</p> <p>Осуществление портфельного анализа и оценки рыночного потенциала продукции предприятия, ориентированной на покупателей и потребителей</p> <p>Оптимизация ассортимента организации с точки зрения прибыльности и социальной ответственности; структурирование ассортимента</p> <p>Поддержание оптимального соотношения между новыми и старыми товарами организации</p> <p>Разработка и согласование ассортиментной политики и программы с учетом восприятия продуктов социально чувствительными категориями потребителей (детьми)</p> <p>Разработка и согласование линейки торговых марок с учетом возрастной и половой целевой группы детей</p>	<p>Обсуждение проблемной ситуации.</p> <p>Оценка участия в коллективной работе</p> <p>Проверка разделов отчета и дневника практики</p>
	<b>Необходимые умения</b>	Критически оценивать эстетичность, функциональность, практичность, безопасность, физиологичность и гигиеничность товаров	<p>Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<b>Необходимые знания</b>	Основы товароведения и категорийного менеджмента (особенности взаимодействия с категорийными менеджерами, особенности категорий товаров)	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и дневника практики</p>

ПК-2	<b>Практический опыт</b>	Планирование, организация и контроль торгово-технологических процессов на предприятии	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Формировать и оптимизировать запасы готовой продукции с учетом специфики товарного рынка	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Основы маркетинга, экономики, складского, бухгалтерского, управленческого учета Основы управления складскими запасами, основы логистики	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-3	<b>Практический опыт</b>	Сбор, систематизация и анализ маркетинговой информации по отрасли, по объему, рынкам, брендам, долям рынка основных конкурентов Проведение клиентского анализа персональных покупателей и потребителей товаров, изучение поведения, образа жизни, способов проведения свободного времени ; психологических факторов формирования лояльности к бренду и репутации организации Изучение степени влияния агентов социализации на спрос в отношении отдельных характеристик и параметров товаров, а также специфических групп товаров Анализ специфики формирования рыночных цен с учетом восприятия потребителями справедливой цены на товары Проведение всестороннего самостоятельного анализа кратковременных и долговременных тенденций покупательского спроса в соответствии со специализацией торгового предприятия	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Определять существующие и потенциальные характеристики социально чувствительных категорий потребителей (детей и будущих матерей) инструментами	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор

		маркетинга с учетом психологии Оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка товаров с учетом изменений потребностей основных категорий потребителей Активировать потребительский спрос	наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Основы педагогики, возрастной психологии, физиологии, гигиены детей Маркетинговые способы, инструменты и методы Организация маркетинговой деятельности по отраслям и сферам применения Теория коммуникаций: методология и модели интегрированных коммуникаций Особенности психологии возрастных категорий потребителей	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-4	<b>Практический опыт</b>	Идентификация товаров для осуществления профессиональной деятельности Осуществление сертификации и лицензирования товаров для продвижения российского и международного рынков в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Получать информацию об основополагающих характеристиках, идентифицировать товары	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Основы товароведения и категорийного менеджмента Технико-экономические параметры реализуемых организацией товаров Основы законодательного регулирования разработки и продвижения товаров, российские и международные системы сертификации и лицензирования товаров	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики

		рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений	
ПК-5	<b>Практический опыт</b>	Разработка, анализ выполнения и корректировка бюджета подразделения	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Осуществлять декомпозицию целей для подразделений Организовывать контроль выполнения плановых показателей Организовывать оперативное взаимодействие с персоналом для получения обратной связи по выполнению плана продаж Оперативно корректировать деятельность отдела по выполнению плана продаж Выявлять и анализировать причины появления нештатных ситуаций, устанавливать причины их возникновения и принимать меры по их предотвращению Разрешать конфликтные ситуации Разрабатывать структурированный бюджетный план Разрабатывать и применять инструментарий для расчета бюджета Анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения бюджетного плана	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Теория управления и модели развития бизнеса организации Организационная структура организации Основы менеджмента Методы управления временем Принципы корпоративной культуры Методики бюджетирования Основы инвестиционного проектирования Финансовое планирование и бюджетирование	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-6	<b>Практический опыт</b>	Проведение клиентского анализа институциональных покупателей и потребителей Посещение презентаций, выставок, показов, просмотров и других обзорных мероприятий нового ассортимента производителей товаров Взаимодействие с торговыми партнерами (дистрибьюторы, дилерами, реселлерами, торговыми сетями, логистическими центрами, франчайзинг) Разработка и согласование системы распределения и программы стимулирования партнеров в цепочке поставок товаров и услуг	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Работать с различными группами покупателей и потребителей и агентами влияния Отбирать поставщиков, обеспечивающих	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор

		<p>оптимальный ассортимент и стабильные поставки товаров</p> <p>Взаимодействовать с поставщиками, потребителями и со всеми подразделениями организации</p> <p>Стимулировать участников системы сбыта товаров, использовать каналы для продвижения</p>	<p>наиболее соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<b>Необходимые знания</b>	<p>Экономическая география</p> <p>Основы таможенного права</p> <p>Принципы ведения деловой переписки и деловых переговоров</p> <p>Основы межличностных отношений</p> <p>Передовой российский и зарубежный опыт в области автомобилестроения</p> <p>Технический иностранный язык (английский, немецкий, французский по выбору организации)</p> <p>Этика делового общения</p>	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и дневника практики</p>
ПК-7	<b>Практический опыт</b>	<p>Анализ системы продаж с учетом сегментации и позиционирования</p> <p>Расчет и корректировка предполагаемых объемов сбыта и ценовых показателей новых товаров</p> <p>Согласование предложений по оптимизации ассортимента с возможностями предприятия, исходя из необходимости переналадки или закупки нового технологического оборудования и на основании экономической целесообразности</p> <p>Осуществление маркетинговой поддержки отдела продаж</p> <p>Выработка рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок для групп клиентов на различные виды товаров в соответствии с тенденциями рынка</p> <p>Формирование требований к партнерам по каналам распределения товаров, квалификации персонала, соблюдению санитарно-гигиенических норм, обеспечению безопасности</p> <p>Формирование рекомендаций для системы продаж (дистрибуции) с учетом потребностей основных категорий потребителей</p> <p>Маркетинговая поддержка продаж</p>	<p>Обсуждение проблемной ситуации.</p> <p>Оценка участия в коллективной работе</p> <p>Проверка разделов отчета и дневника практики</p>
	<b>Необходимые умения</b>	<p>Осуществлять поиск вторичной информации с учетом специфики рынка товаров</p>	<p>Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих</p>

			<p>записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<b>Необходимые знания</b>	<p>Методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> <p>Специфика отраслевой терминологии, связанной с производством, реализацией и использованием товаров</p> <p>Экономические основы производства и влияние производственных факторов на ценообразование (организационных, технологических)</p> <p>Технологические особенности организации</p> <p>Формы организации прямого и косвенного сбыта с учетом специфики рынка, механизмы взаимодействия на них и способы их мотивации</p> <p>Государственное и международное законодательное и нормативно-правовое регулирование производства и сбыта товаров в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений</p>	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и дневника практики</p> <p>Письменный опрос</p>
ПК-8	<b>Практический опыт</b>	<p>Осуществление контроля представления цен в местах торговли на предмет точности, ясности и очевидности с учетом психологии восприятия цен</p>	<p>Обсуждение проблемной ситуации.</p> <p>Оценка участия в коллективной работе</p> <p>Проверка разделов отчета и дневника практики</p>
	<b>Необходимые умения</b>	<p>Работать с различными группами покупателей и потребителей товаров и агентами влияния</p>	<p>Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<b>Необходимые знания</b>	<p>Основы социологии, педагогики, психологии</p> <p>Основы мерчендайзинга</p>	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и дневника практики</p>

			Письменный опрос
ПК-9	<b>Практический опыт</b>	<p>Оценка рисков и возможностей при различных сценариях развития региональных рынков с учетом экономических, демографических, политико-юридических, социально-культурных, технологических, экологических факторов внешней среды</p> <p>Анализ рисков, связанных с деятельностью действующих и потенциальных конкурентов, производящих аналоги или товары-заменители, поставщиков, а также с деятельностью регуляторов организаций на рынке</p> <p>Выбор наиболее перспективных сегментов рынка и оценка их объема и потенциальной емкости</p> <p>Изучение производственного, технологического и рыночного потенциала организации; определение сильных и слабых сторон с проекцией на различные категории потребителей</p> <p>Осуществление контроля цен на товары с целью выяснения необходимости изменения цен, подготовка предложений по изменению и корректировке стратегий и политик ценообразования в ответ на изменение поведения потребителей, конкурентов и торговых партнеров</p> <p>Обеспечение конкурентоспособности цен на товары с точки зрения объемов продаж и прибыли</p> <p>Формулировка и согласование с руководством маркетинговых целей, определение стратегии маркетинга, согласованной с общей стратегией организации</p> <p>Формирование маркетингового плана и маркетингового бюджета организации</p> <p>Формирование тактических решений в области маркетинга: определение комплекса маркетинговых функций, их содержательного наполнения с учетом взаимодействия с различными категориями потребителей</p> <p>Разработка и согласование политики ценообразования и программы ценового стимулирования сбыта организации и с учетом психологии восприятия цен</p> <p>Разработка и согласование стратегии продвижения товаров и программы стимулирования спроса с учетом психологии потребителей</p> <p>Разработка и согласование стратегии внешних и внутренних коммуникаций, соответствующей параметрам этичности и социальной ответственности и требованиям законодательных норм</p>	<p>Обсуждение проблемной ситуации.</p> <p>Оценка участия в коллективной работе</p> <p>Проверка разделов отчета и дневника практики</p>

		<p>информационной безопасности</p> <p>Разработка и согласование стратегии позиционирования с учетом взаимодействия с различными категориями потребителей</p> <p>Разработка концепции и стратегии бренда, направленной на повышение доверия у аудитории</p> <p>Представление стратегий, политик и программ для маркетинговых активов на согласование</p> <p>Представление политик и программ маркетинговых активов для согласования</p>	
	<p><b>Необходимые умения</b></p>	<p>Выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды для организации</p> <p>Выявлять закономерности в изменениях маркетинговой среды и маркетинговой политике организации Работать с ценообразованием с учетом требований социальной ответственности и законодательных ограничений</p> <p>Анализировать маркетинговые параметры внутренней среды организации</p> <p>Осуществлять маркетинговое стратегическое и бизнес-планирование, разрабатывать маркетинговые политики, программы и инструкции, локальные маркетинговые стандарты предприятия, описывать бизнес-процессы</p> <p>Выявлять и оценивать риски в маркетинговой деятельности</p> <p>Осуществлять постановку маркетинговых целей и задач на стратегическом и тактическом уровне с учетом специфики товарного рынка Владеть инструментарием формирования маркетинговых программ</p> <p>Прогнозировать результаты и учитывать последствия реализации разрабатываемых маркетинговых стратегий, политик и программ с позиции социальной ответственности</p> <p>Осуществлять постановку маркетинговых целей и задач на стратегическом и тактическом уровнях с учетом специфики товарного рынка</p>	<p>Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<p><b>Необходимые знания</b></p>	<p>Основы брендинга с точки зрения ценностного подхода к формированию цены</p> <p>Современные модели маркетинга; типы маркетинговых стратегий и методы, направленные на повышение конкурентных позиций фирмы; роль инноваций при формировании конкурентных преимуществ</p> <p>Принципы стратегического управления и планирования Основные принципы и методы проведения маркетингового анализа внутренней среды организации</p> <p>Основные принципы и методы проведения маркетингового анализа внутренней среды</p>	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и дневника практики</p>

		<p>организации Система маркетинговых политик и программ с учетом специфики товарного рынка</p> <p>Управление финансами в контексте управления материальными и нематериальными активами (акционерным капиталом, интеллектуальной собственностью)</p>	
ПК-10	<b>Практический опыт</b>	<p>Определение типа требуемой маркетинговой информации о товарном рынке и ведение маркетинговых баз данных</p> <p>Выбор методов и масштабов проведения онлайн- и офлайн-маркетинговых исследований рынка Проведение социологических, культурологических и иных исследований с целью выявления ключевых потребностей общества Анализ и оценка проведенных маркетинговых исследований, оценка полученной информации и выявление системы взаимосвязей между различными факторами</p> <p>Подготовка отчетов по результатам маркетинговых исследований и маркетингового анализа внешней среды организации с выводами и рекомендациями к маркетинговым политикам и программам организации</p> <p>Мониторинг и проведение сравнительной оценки существующих аналогов товаров, выявление видов и моделей с наибольшим потенциалом продаж</p> <p>Проведение всестороннего самостоятельного ценового мониторинга или заказ исследований внешним организациям Формирование маркетинговых активов организации</p>	<p>Обсуждение проблемной ситуации.</p> <p>Оценка участия в коллективной работе</p> <p>Проверка разделов отчета и дневника практики</p>
	<b>Необходимые умения</b>	<p>Анализировать, синтезировать и критически резюмировать большие объемы информации о маркетинговой среде в интересах принятия маркетинговых решений</p> <p>Осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований Осуществлять ценовой аудит и мониторинг</p>	<p>Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<b>Необходимые знания</b>	<p>Основные источники и методы сбора и средства хранения, переработки маркетинговой информации Технологии и средства сбора и обработки маркетинговых данных Принципы и</p>	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и</p>

		методы проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа рынка Основы маркетинга Методология развития рынка и модели развития бизнеса организации	дневника практики
ПК-11	<b>Практический опыт</b>	Подготовка предложений по разработке нового продукта по результатам исследования потребностей покупателей Тестирование новых товаров и связанных с ними маркетинговых программ с учетом требований социальной ответственности, подготовка предложений по доработке по результатам тестирования Подготовка нового продукта для поставки и продвижения на российский и международный рынки с учетом национальных и международных законодательных и регулирующих норм в рамках Таможенного союза, Всемирной торговой организации и других международных торговых союзов и объединений, а также с учетом социальной и культурной специфики целевых региональных рынков	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Проводить потребительские тестирования и пробные продажи продукта с учетом особенностей потребительской психологии Оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию маркетинговых мероприятий на рост ценности (стоимости) организации и ее активов	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Основы управления проектами разработки новых продуктов и проектными рисками Методики проведения тестирования нового продукта товара и рыночных испытаний с учетом потребительской психологии Основные процессы разработки новых товаров (основы дизайна, конструирования, разработки программного обеспечения в зависимости от типа продуктов) Модели воздействия на рынок, направленные на повышение конкурентных позиций Роль инноваций при формировании конкурентных преимуществ товаров	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-12	<b>Практический опыт</b>	Формирование концепции и программ разработки новых продуктов Разработка и согласование плана мероприятий по	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в

		улучшению репутации организации/торговой марки, направленных на формирование и поддержание желаемого образа организации/торговой марки у партнеров, конкурентов, потребителей товаров Разработка программы лояльности к бренду и репутации организации с учетом психологических факторов формирования лояльности	коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Работать со специализированными программами для управления маркетинговыми данными Работать с маркетинговым бюджетом	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Модели и инструменты стимулирования спроса и продвижения товаров оптовым и розничным покупателям	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-13	<b>Практический опыт</b>	Реализация специализированных программ, повышающих спрос оптовых покупателей и привлекающих интерес розничных покупателей Реализация мероприятий по стимулированию спроса основных категорий покупателей и потребителей Продвижение товаров на целевые рынки, включая международные	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Работать с товаром на целевых рынках в соответствии со специализацией и региональным присутствием предприятия Выводить на рынок и продвигать новые виды товаров Работать в системе маркетинга предприятий «бизнес для бизнеса» Работать в составе проектных команд по разработке новых продуктов Работать на оптовых рынках Владеть технологиями продвижения товаров	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных

			источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Законодательство Российской Федерации и особенности международного законодательного и нормативно-правового регулирования маркетинговой деятельности в профессиональной сфере Основные этапы разработки и модели вывода и продвижения новых товаров на рынок	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-14	<b>Практический опыт</b>	Проведение маркетингового аудита организации Прогнозирование сбыта и подготовка рекомендаций для своевременной и эффективной загрузки производственных мощностей	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Осуществлять экономический и финансовый анализ маркетинговой деятельности, обосновывать целесообразность разрабатываемых маркетинговых мероприятий Экономически обосновывать целесообразность разрабатываемых маркетинговых мероприятий	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее соответствующих индивидуальному заданию Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)
	<b>Необходимые знания</b>	Организационные и финансово-экономические аспекты процессов разработки нового товара Основы экономики: методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности и издержек Методы количественной оценки и прогнозирования результатов маркетинговой деятельности	Собеседование по подборке материала к отчету Проверка разделов отчета по практике и дневника практики
ПК-15	<b>Практический опыт</b>	Анализ ценообразования, каналов распределения и продвижения Проектирование и построение системы каналов распределения товаров Оптимизация и проведение оценки рентабельности каналов распределения организаций, работающих на рынке Оптимизация поставок и системы продаж продукции на рынок Разработка предложений по созданию стратегических партнерств, использованию каналов распределения и продвижения товаров	Обсуждение проблемной ситуации. Оценка участия в коллективной работе Проверка разделов отчета и дневника практики
	<b>Необходимые умения</b>	Анализировать структуру себестоимости товаров Анализировать цепочки поставок товаров, формировать собственные цепочки поставок	Разбор, представленных обучающимся материалов, выбор наиболее

		<p>Работать с различными типами каналов дистрибуции товаров (франчайзинг, интернет-торговля) в соответствии с особенностями и стратегией предприятия</p> <p>Выбирать правильные методы оценки эффективности логистических распределительных систем</p> <p>Использовать принципы разработки систем распределения с учетом специфики рынка товаров</p> <p>Осуществлять оценку эффективности логистических распределительных систем и производить необходимые расчеты</p> <p>Анализировать эффективность каналов сбыта товаров и факторов, влияющих на движение товаров внутри ка</p>	<p>соответствующих индивидуальному заданию</p> <p>Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана отчета по практике</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания (обзор литературных источников)</p>
	<b>Необходимые знания</b>	<p>Основы управления каналами дистрибуции</p> <p>Процессное и проектное управление</p> <p>Основы логистики: методы распределения товарных запасов в сбытовой сети товаров; процессы формирования и оптимизации запасов готовой и продукции, транспортировки и хранения продукции с учетом требований к безопасности</p>	<p>Собеседование по подборке материала к отчету</p> <p>Проверка разделов отчета по практике и дневника практики</p>

### 3.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формы и методы контроля и оценки	Уровень освоения компетенций		
	Повышенный (отлично) 86-100 баллов	Пороговый (хорошо) 85,9-70 баллов	Пороговый (удовлетворительно) 69,9-61 балл
Прохождение инструктажа по технике безопасности. Проверка внесения соответствующих записей в дневник практики, собеседование по завершении ознакомительной экскурсии	Проявляет дисциплинированность, заинтересованность и аккуратность при прохождении инструктажа по технике безопасности, активно участвует в собеседовании по итогам ознакомительной экскурсии, дает комментарии и верные ответы на вопросы	Проявляет дисциплинированность, заинтересованность и аккуратность при прохождении инструктажа по технике безопасности, в собеседовании по итогам ознакомительной экскурсии дает комментарии и верные ответы на вопросы после уточняющих вопросов руководителя	Прослушал инструктаж по технике безопасности, в собеседовании по итогам ознакомительной экскурсии участвует не активно, дает ответы на вопросы после уточняющих вопросов руководителя
Внесение соответствующих записей в дневник практики, составление совместного плана прохождения практики. Собеседование по подборке материала к отчету	Способен ставить цели и задачи, самостоятельно определять свою роль при прохождении этапов практики, представлены материалы по программе практики, в том числе из зарубежных источников	Способен ставить цели и задачи, определяет свою роль при прохождении этапов практики под руководством, представлены материалы по программе практики, в том числе из зарубежных источников, которые требуют корректировки	Разрабатывает план под руководством, для подбора материалов требуются дополнительные консультации, представлены материалы по программе практики, в том числе из зарубежных источников, которые требуют корректировки
Контроль внесения соответствующих записей	записи в дневник вносятся систематически	записи в дневник вносятся с задержкой. Дневник	записи в дневник вносятся после

записей в дневник практики, формирование разделов отчета по практике	и аккуратно. Дневник предоставляется на проверку по первому требованию руководителей.	предоставляется на проверку после внесения записей.	замечаний руководителя
Обсуждение обобщенных вариантов решения существующих проблем, анализ этих вариантов, прогнозирование последствий, нахождение компромиссных решений в условиях многокритериальности, неопределенности планирования реализации проекта в ходе выполнения индивидуального задания	Способен выделить существующие проблемы, принимает активное участие в обсуждении вариантов решения данных проблем, выстраивает прогноз применения предложенных вариантов с учетом внешних условий реализации проекта. Индивидуальное задание выполнено в полном объеме и не требует корректировки	Способен выделить существующие проблемы, принимает активное участие в обсуждении вариантов решения данных проблем, не предлагает прогнозов применения предложенных вариантов. Индивидуальное задание выполнено, но требуются поправки и дополнения	Затрудняется выделять основные существующие проблемы, принимает участие в обсуждении вариантов решения данных проблем, не предлагает прогнозов применения предложенных вариантов. Для выполнения индивидуального задания требуются дополнительные консультации руководителя, внесены поправки и дополнения.
Проверка правильности выбранных методик или расчетов показателей при выполнении индивидуального задания на основе сбора данных	Для выполнения расчетов осуществил сбор данных в полном объеме. Расчеты выполнены верно.	Для выполнения расчетов осуществил сбор данных в полном объеме. Расчеты выполнены с неточностями и исправлены при консультации руководителя.	Для выполнения расчетов осуществил сбор данных, которые требуют корректировки. Расчеты выполнены с неточностями и исправлены при консультации руководителя.
Доклад и презентация результатов производственной (преддипломной) практики по видам профессиональной деятельности	Отчетные документы в полном объеме и без нарушения сроков представлены к защите отчета; результаты проведенной работы в виде доклада представлены руководителю. При защите отчета дает ответы на все поставленные вопросы. Демонстрирует знание программного материала, и представляет все необходимые приложения, подтверждающие полученный практический опыт при прохождении практики	Отчетные документы в полном объеме и без нарушения сроков представлены к защите отчета; результаты проведенной работы в виде доклада представлены руководителю. При защите отчета дает ответы на все поставленные вопросы, испытывая затруднения. Демонстрирует знание программного материала, и представляет все необходимые приложения, подтверждающие полученный практический опыт при прохождении практики	Отчетные документы в полном объеме и без нарушения сроков представлены к защите отчета; результаты проведенной работы в виде доклада представлены руководителю. При защите отчета дает ответы на вопросы, после уточняющих вопросов. Демонстрирует знание программного материала, и представляет все необходимые приложения, подтверждающие полученный практический опыт при прохождении практики

### **Шкала оценки уровня прохождения производственной (преддипломной) практики**

Качественная оценка может быть выражена: в процентном отношении качества прохождения производственной (преддипломной) практики, которая соответствует

баллам, и переводится в уровневую шкалу и оценки «отлично» / 5, «хорошо» / 4, «удовлетворительно» / 3, «неудовлетворительно» / 2, «зачтено», «не зачтено».

### **Шкала оценки результатов прохождения производственной (преддипломной) практики, сформированности компетенций**

<b>Шкалы оценки уровня сформированности компетенции (й)</b>		<b>Шкала оценки уровня прохождения производственной (преддипломной) практики</b>	
<i>Уровневая шкала оценки компетенций</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл</i>
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2
пороговый	61-85,9	70-85,9	«хорошо» / 4
		61-69,9	«удовлетворительно» / 3
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5

### **3.3. Индивидуальные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

В период прохождения практики студент выполняет индивидуальное задание, представленное в таблице.

Тема индивидуального задания производственной (преддипломной) практики формулируется согласно теме ВКР и должна быть направлена на сбор, систематизацию и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы.

<b>Виды деятельности</b>	<b>Код компетенции</b>	<b>Индивидуальное задание</b>
организационно-управленческая; научно-исследовательская	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15	1. Анализ и прогноз развития товарного рынка как условие эффективной маркетинговой деятельности. 2. Организация и управление рекламной деятельностью организации. 3. Прогнозирование продаж продукции организацией на основе анализа поведения потребителей. 4. Внедрение элементов логистики в маркетинговую деятельность организации. 5. Использование малобюджетного маркетинга в сфере торговли. 6. Маркетинговые исследования при оптимизации ассортиментной политики организации. 7. Организация маркетинговых исследований в организации. 8. Повышение качества обслуживания потребителей. 9. Повышение спроса на продукцию (услуги) на основе совершенствования сервисной политики организации. 10. Разработка и внедрение стратегии позиционирования. 11. Совершенствование сбытовой деятельности организации. 12. Формирование ассортимента организации сферы услуг. 13. Формирование конкурентных позиций организации. 14. Формирование маркетинговой ценовой стратегии организации. 15. Формирование сбытовой политики организации на основе портфеля заказов. 16. Формирование системы стимулирования продаж. 17. Формирование спроса на продукцию (услуги) на основе

		<p>совершенствования имиджевой политики организации.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>18. Формирование стратегической конкурентоспособности коммерческих организаций.</li> <li>19. Развитие маркетинга взаимоотношений в организации.</li> <li>20. Разработка и оценка рекламной коммуникации в коммерческой организации.</li> <li>21. Формирование интегрированных маркетинговых коммуникаций организации.</li> <li>22. Формирование корпоративного имиджа организации.</li> <li>23. Формирование стратегии ценообразования организации основе жизненного цикла услуги.</li> <li>24. Внедрение концепции бенчмаркинга в организации, функционирующей на высококонкурентном рынке.</li> <li>25. Разработка и совершенствование маркетинговых исследований в организации.</li> <li>26. Разработка и экономическое обоснование прогнозов повышения качества продукции (работ, услуг) организации и их использование в управлении.</li> <li>27. Разработка краткосрочной стратегии по увеличению доли рынка в сегменте.</li> <li>28. Разработка мероприятий по совершенствованию марочной политики организации.</li> <li>29. Разработка мероприятий по совершенствованию формирования и управления потребительским спросом на товарном рынке.</li> <li>30. Разработка методики оценки удовлетворенности персонала торговых организаций.</li> <li>31. Разработка методики повышения лояльности потребителей товаров (услуг).</li> <li>32. Разработка проекта мероприятий по повышению эффективности использования личной продажи в организации.</li> <li>33. Разработка проекта мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции (услуг) организации.</li> <li>34. Разработка проекта рекламной коммуникации в организации и оценка эффективности его внедрения.</li> <li>35. Разработка системы мер по повышению прибыли организации в условиях реализации стратегии развития.</li> <li>36. Разработка системы мер по повышению торгового оборота организации.</li> <li>37. Разработка системы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций организации.</li> <li>38. Разработка системы управления рекламной деятельностью организации.</li> <li>39. Расширение перечня услуг для захвата доли рынка в сегменте работы с корпоративными заказчиками.</li> <li>40. Реализация резервов повышения конкурентоспособности организации.</li> <li>41. Совершенствование инвестиционной политики организации.</li> <li>42. Совершенствование концепции формирования системы управления организацией на основе логистики.</li> <li>43. Совершенствование системы работы с ключевыми клиентами организации и мероприятий по её реализации.</li> <li>44. Современные направления развития рыночной политики организации на основе концепции маркетинга.</li> <li>45. Создание системы контроля и прогнозирования результативности рекламы.</li> <li>46. Состояние и тенденции развития внутренней и внешней среды маркетинговой деятельности организации.</li> <li>47. Стимулирование сбыта в системе эффективного продвижения товаров организации.</li> <li>48. Управление ассортиментом торговой организации на основе дифференцированного предложения потребительской ценности.</li> </ol>
--	--	---

		<p>49. Управление продажами в организации в современных условиях конкурентной рыночной среды.</p> <p>50. Управление разработкой нового товара и стратегия его продвижения на рынке.</p> <p>51. Формирование лояльности потребителей как основы конкурентоспособности организации.</p> <p>52. Формирование системы маркетинговых коммуникаций организации.</p> <p>53. Формирование стратегии ценообразования организации на основе жизненного цикла товаров.</p> <p>54. Управление товарным ассортиментом коммерческой организации.</p>
--	--	--

Индивидуальные задания, выполняемые в период практики, разрабатываются руководителем практики от университета в соответствии с видами профессиональной деятельности, реализуемыми в образовательной программе, и отражаются в дневнике прохождения практики обучающегося.

#### **3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет вид учебных занятий, обеспечивающих подготовку обучающихся, ориентированную на приобретение конкретного практического опыта и навыков по приобретаемой специальности.

Программа производственной (преддипломной) практики является составной частью образовательной программы, обеспечивающей реализацию ФГОС, и содержит следующие структурные элементы:

- перечень компетенций, формируемых в результате прохождения производственной (преддипломной) практики с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

- индивидуальные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (далее – задания). Задания должны быть направлены на формирование компетенций, заявленных в программе каждого вида практики и по видам практики не должны повторяться.

Планирование и организация практики на всех ее этапах должны обеспечивать:

- последовательное расширение круга формируемых у обучающихся умений, навыков, практического опыта и их усложнение по мере перехода от одного этапа практики к другому;

- целостность подготовки специалистов к выполнению основных трудовых функций;

- связь практики с теоретическим обучением.

Содержание всех этапов практики определяется требованиями к умениям и практическому опыту и должно обеспечивать обоснованную последовательность формирования у обучающихся системы умений, целостной профессиональной деятельности и практического опыта в соответствии с требованиями ФГОС и соответствующего профессионального стандарта (при наличии).

Основной формой деятельности обучающихся при выполнении программы практики является самостоятельная работа, предусматривающая освоение ее основных разделов, определение целей и задач практики, практической значимости проводимых работ, прогнозируемых результатов, выводов.

Содержание практики определяется общим содержанием образовательной программы в соответствии с ее направленностью (профилем). Практика может

предполагать изучение методов исследования, технологий, процессов, необходимых для профессиональной деятельности.

В ходе практики обучающиеся должны быть ознакомлены с основами техники безопасности в конкретном подразделении, где они будут проходить практику, получить навыки работы в процессе выполнения программы практики по тематике своих индивидуальных заданий.

Обучающийся подчиняется правилам внутреннего распорядка профильной организации, распоряжениям администрации и руководителей практики. В случае невыполнения требований, обучающийся может быть отстранен от прохождения практики.

Оценка знаний, умений, практического опыта, характеризующая этапы формирования компетенций по производственной практике, проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и практического опыта, сформированных компетенций, обучающихся при собеседовании и по результатам выполнения индивидуальных заданий, собеседования с обучающимся в ходе индивидуальных консультаций с руководителем.

По результатам практики руководителями практики от профильной организации и от университета формируется аттестационный лист, содержащий сведения об оценке уровня освоения обучающимся компетенций, а также характеристика на обучающегося по освоению компетенций в период прохождения практики.

В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики. В качестве приложений к дневнику обучающимся могут быть оформлены графические, аудио-, фото-, видео-материалы, наглядные образцы изделий (документов и т.п.), подтверждающие умения, навыки и практический опыт, полученный обучающимся на практике.

Промежуточная аттестация по производственной практике проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по производственной практике требованиям ФГОС в форме дифференцированного зачета.

Аттестация по итогам практики осуществляется по результатам открытой защиты обучающимся отчета о прохождении производственной (преддипломной) практики перед преподавателем, являющимся руководителем практики от университета, с учетом результатов ее прохождения, подтвержденных оценкой руководителя от профильной организации. При этом оцениваются:

- полнота и качество отработки программы и рабочего графика (плана) проведения практики;
- демонстрация знаний, умений и практического опыта, заявленных в качестве результатов производственной (преддипломной) практики;
- выполнение индивидуального задания обучающимся;
- содержание и качество оформления отчетных документов;
- трудовая дисциплина обучающегося в ходе прохождения производственной (преддипломной) практики .

К защите отчета по практике допускаются обучающиеся, своевременно и в полном объеме выполнившие программу производственной (преддипломной) практики и в указанные сроки, предоставившие всю отчетную документацию. При этом обязательным условием является наличие положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от профильной организации и от университета об уровне освоения профессиональных компетенций, наличие положительной характеристики по освоению общекультурных компетенций обучающимся в период прохождения практики.

Защита производственной (преддипломной) практики представляет собой доклад обучающегося по итогам прохождения практики, проделанной работы, который может

сопровождаться презентацией результатов, а также ответы на вопросы руководителя от университета.

Оценка практики выносится на основе количественных и качественных показателей, качества выполненных обучающимся заданий, представленной им отчетной документации, характеристики с места прохождения производственной (преддипломной) практики, аттестационного листа.

Итоги производственной (преддипломной) практики обучающихся ежегодно анализируются на заседании соответствующей кафедры с целью формирования плана корректирующих и предупреждающих мер по повышению качества обучения.

### **3.5. Проведение инструктажа по охране труда**

Для всех обучающихся, а также руководителей практики от университета представитель профильной организации обязан провести инструктаж по охране труда до начала практики.

Обучающиеся, участвующие в производственной деятельности организации, проходят в установленном порядке вводный инструктаж, который проводит специалист по охране труда или работник, на которого приказом руководителя организации (или уполномоченного им лица) возложены эти обязанности.

Вводный инструктаж по охране труда проводится по программе, разработанной на основании законодательных и иных нормативных правовых актов Российской Федерации с учетом специфики деятельности профильной организации и утвержденной в установленном порядке руководителем организации (или уполномоченным им лицом).

Кроме вводного инструктажа по охране труда, проводится первичный инструктаж на рабочем месте, повторный, внеплановый и целевой инструктажи. Первичный инструктаж на рабочем месте, повторный, внеплановый и целевой инструктажи проводит непосредственный руководитель (производитель) работ (мастер, прораб, преподаватель и так далее), прошедший в установленном порядке обучение по охране труда и проверку знаний требований охраны труда.

Проведение инструктажей по охране труда включает в себя ознакомление обучающихся с имеющимися опасными или вредными производственными факторами, изучение требований охраны труда, содержащихся в локальных нормативных актах организации, инструкциях по охране труда, технической, эксплуатационной документации, а также применение безопасных методов и приемов выполнения работ.

Инструктаж по охране труда завершается устным собеседованием по приобретенным обучающимся знаниям и навыкам, безопасным приемам работы, лицом, проводившим инструктаж.

Проведение всех видов инструктажей регистрируется в соответствующих журналах проведения инструктажей, с указанием подписи инструктируемого и подписи инструктирующего, а также даты проведения инструктажа.

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

### 4.1. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

#### 4.1.1. Учебная литература

##### *Список основной литературы*

1. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по направлениям подгот. "Экономика" и "Менеджмент" (квалификация "бакалавр") / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин ; Моск. гос. акад. делового администрирования. - 2-е изд., перераб. и доп. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2018. - 291 с. : табл. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415188>.

2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по специальности "Экономика и упр. на предприятии (по отраслям)" / В. И. Видяпин [и др.] ; под ред. В. Я. Позднякова. - Документ HTML. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 616 с. : табл. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=452248>

3. Басовский, Л. Е. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Документ HTML. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 299 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=448306>

4. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по направлениям подгот. "Торговое дело" и "Экономика" (квалификация (степень) "бакалавр") / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2015. - 455 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=513880>

5. Халевинская, Е. Д. Торговая политика [Текст] : учеб. пособие / Е. Д. Халевинская. - М. : Магистр [и др.], 2015. - 301 с.

6. Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли [Текст] : учеб. для бакалавров по экон. направлениям и специальностям / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова ; С.-Петербург. гос. торгово-экон. ун-т. - М. : ЮРАЙТ, 2014. - 468 с.

##### *Список дополнительной литературы*

7. Волков, О. И. Экономика предприятия [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по экон. специальностям и направлениям / О. И. Волков, В. К. Складенко. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 263 с. - (Высшее образование - Бакалавриат) - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=370936>

8. Воронцов, Г. А. Труд студента. Ступени успеха на пути к диплому [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Воронцов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 256 с. - Библиогр.: с. 254. - Прил.. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=448923>

9. Забродская, Н. Г. Предпринимательство. Организация и экономика малых предприятий [Текст] : учебник / Н. Г. Забродская. - М. : Вузов. учеб. [и др.], 2014. - 262 с. : табл. - Библиогр.: с. 257-258

10. Кузнецов, И. Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / И. Н. Кузнецов. - 7-е изд. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2013. - 339 с. - Библиогр.: с. 303 - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread.php?book=415062>.

11. Лапуста, М. Г. Предпринимательство [Электронный ресурс] : учеб. по упр. дисциплинам / М. Г. Лапуста. - Изд. испр. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 384 с. : ил. - Библиогр.: с. 379-380. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=545254>

12. Невежин, В. П. Как написать, оформить и защитить выпускную квалификационную работу [Текст] : учеб. пособие по направлениям подгот. бакалавров, дипломир. специалистов и магистров / В. П. Невежин. - М. : ФОРУМ, 2012. - 111 с.

13. Тарабриков, А. Г. Создаем свой бизнес [Текст] : практ. пособие для начинающих предпринимателей / А. Г. Тарабриков ; МАУ гор. округа Тольятти "АЭР". - [Б. м.] : А. Г. Тарабриков, 2014. - 52 с. : ил. - Библиогр.: с. 48-50

14. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - 5-е изд. - Документ HTML. - М. : Дашков и К, 2013. - 243 с. - Библиогр.: с. 242-243. - (Учебные издания для бакалавров) - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=415019>.

#### 4.1.2. Ресурсы сети «Интернет»

##### *Интернет-ресурсы*

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://window.edu.ru/>. - Загл. с экрана.

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Загл с экрана.

3. Универсальные базы данных East View [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/>. - Загл. с экрана.

4. Федеральный образовательный портал - ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Загл. с экрана.

5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/>. - Загл. с экрана.

6. Электронно-библиотечная система «КнигоФонд» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://knigafund.ru/>. - Загл. с экрана.

7. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.

8. Экономический портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://instituciones.com>. - Загл. с экрана.

#### **4.2. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

##### **4.2.1. Программное обеспечение**

Использование информационно – коммуникационных технологий и программного обеспечения при прохождении учебной практики осуществляется при самостоятельной работе студентов.

Для внесения соответствующих записей в дневник практики, составления плана прохождения практики, формирования разделов отчета по практике используются:

– программное обеспечение WORD – для подготовки студентами отчетов по практике, оформления дневника практики;

- программное обеспечение PowerPoint – для воспроизведения доклада и презентации результатов практики по видам профессиональной деятельности;
- программный продукт Excel – для проведения проверки расчетов показателей при выполнении индивидуального задания на основе сбора данных.

#### **4.2.2. Информационные справочные системы**

1. Справочно-правовая система «Консультант+», неограниченный доступ с рабочих станций компьютерных классов университета.
2. Электронно-библиотечная система университета.

## **5. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО – ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Материально-техническое обеспечение производственной (преддипломной) практики обеспечивается профильными организациями, осуществляющими деятельность, соответствующую направленности образовательной программы. Для достижения целей, определенных настоящей программой производственной (преддипломной) практики и выполнения индивидуальных заданий по производственной практике необходимо:

- рабочее место, оснащенное техническими средствами, компьютерной техникой;
- нормативные документы;
- оборудование, отвечающее современным требованиям, приборы, комплекты необходимых инструментов и приспособлений и т.п.

## **6. ТРЕБОВАНИЯ К КАДРОВОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Требование к квалификации кадров, осуществляющих руководство производственной практикой:

- для руководителя практики от университета наличие ученой степени/ученого звания;
- для руководителя практики от профильной организации наличие опыта деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует направленности образовательной программы;

## **7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения практики устанавливается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, в соответствии с требованиями ФГОС.

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом их доступности для данных обучающихся и рекомендациями медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программы реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда в соответствии с нозологией.

При направлении инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья в профильную организацию для прохождения предусмотренной учебным планом практики университет согласовывает с профильной организацией условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нозологий, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся – инвалидом трудовых функций.

Обучающемуся с ограниченными возможностями здоровья необходимо написать заявление на имя ректора университета в срок не позднее одного месяца до начала практики. К заявлению прикладываются подтверждающие документы о необходимости подбора места практики с учетом его нозологии. Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья, в случае, когда он способен проходить практику на общих основаниях должен указать в заявлении, что не нуждается в создании определенных условий и подбора специального места прохождения практики.

Кафедра должна не позднее, чем за месяц до начала практики информировать отдел мониторинга, практической подготовки и трудоустройства о необходимости подбора места практики студенту с ограниченными возможностями здоровья в соответствии с его программой подготовки и индивидуальными особенностями.

Направление на практику

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
 федеральное государственное бюджетное образовательное  
 учреждение высшего профессионального образования  
 «Поволжский государственный  
 университет сервиса» (ФГБОУ ВПО «ПВГУС»)  
 ул. Гагарина, д. 4, г. Тольятти, 445017

Направление на практику

Студент \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

института \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ бюджетной / внебюджетной основы

направляется в \_\_\_\_\_

наименование практики \_\_\_\_\_

Срок практики с \_\_\_\_\_ года по \_\_\_\_\_ года.

Руководитель практики от университета

\_\_\_\_\_

Дата защиты отчета по практике \_\_\_\_\_

Ректор университета

Отметка о выполнении практики

Прибыл в организацию " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ г.

М.П.

\_\_\_\_\_

подпись

Руководитель практики от организации

Выбытие с организации " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ г.

М.П.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

подпись

**Титульный лист отчета по практике**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»  
(ФГБОУ ВПО «ПВГУС»)

Кафедра «\_\_\_\_\_»

**ОТЧЕТ**

**о прохождении производственной (преддипломной) практики**

**Место прохождения практики: \_\_\_\_\_**

Выполнил студент: \_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

Группа: \_\_\_\_\_

Руководитель практики от организации:

М.П. \_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

\_\_\_\_\_

подпись

Руководитель практики от университета:

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

\_\_\_\_\_

подпись

Оценка \_\_\_\_\_

### **СТРУКТУРА ОТЧЕТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

По результатам производственной (преддипломной) практики студенты составляют отчет. Отчет о производственной практике является индивидуальным, и содержит ответы на основные вопросы, поставленные в ходе практики. Отчет о производственной практике включает в себя следующие элементы:

- 1) титульный лист;
- 2) содержание;
- 3) текстовая часть отчета, которая содержит изложение результатов практической деятельности студента по видам выполняемых работ в соответствии с совместным рабочим графиком (планом) проведения практики. Объем текстовой части отчета по практике должен быть не менее 20 стр. (шрифт 12 пт, 1,5 интервала).

В текстовой части отчета:

- на основании документов, изучаемых на практике, могут быть даны общие организационные характеристики профильной организации; специфика применяемых технологий, нормативно-правовая база и т.д.; описание деятельности структурного (ых) подразделения (й) профильной организации, краткая характеристика направлений их деятельности, другое;
  - приводится должностная инструкция, на основании которой были сформированы служебные обязанности практиканта при прохождении практики (при наличии). При отсутствии такого документа приводится перечень служебных обязанностей обучающегося при прохождении практики;
  - осуществляется подробное описание работ, выполненных в соответствии с программой практики и дневником прохождения практики;
- 4) характеристика задач в рамках практики, результатов работы по выполнению программы практики, в том числе индивидуального задания;
  - 5) заключение, в котором содержатся выводы и предложения по результатам практики;
  - 6) приложения. Приложения, как правило, включают нормативные акты, статистическую информацию, графические, аудио-, фото-, видео- материалы, наглядные образцы, изделия, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Отчет заверяется подписью руководителя и печатью профильной организации.

Для предоставления на утверждение руководителю практики от университета документация о прохождении практики брошюруется в следующем порядке:

- направление на практику с отметкой о прибытии и выбытии обучающегося;
- аттестационный лист с дифференцированной оценкой по результатам практики;
- дневник практики с характеристикой сформированности общекультурных компетенций;
- отчет о прохождении практики с приложениями, указанными в п.б.

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

студента \_\_\_\_\_ курса направления \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

проходил практику в \_\_\_\_\_

с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

За время практики показал себя \_\_\_\_\_

Деловые качества \_\_\_\_\_

Замечания \_\_\_\_\_

Общая оценка уровня сформированности компетенций \_\_\_\_\_

Руководитель практики от профильной организации \_\_\_\_\_

подпись

МП

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»  
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

**ДНЕВНИК**  
**производственной (преддипломной) практики**

студента \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_

(фамилия,

имя, отчество)

Институт (факультет) \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Срок практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от профильной организации:

\_\_\_\_\_  
(ФИО, должность)

Руководитель практики от ФГБОУ ВПО «ПВГУС»:

\_\_\_\_\_  
(ФИО, должность)

Тольятти 20 \_\_\_\_



**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ  
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ**

Ф. И. О. студента (ки), группа \_\_\_\_\_

обучающийся(аяся) \_\_\_\_\_ курса направления подготовки \_\_\_\_\_ «.....», направленность (профиль) «.....»  
успешно прошел (ла) \_\_\_\_\_ практику в объеме \_\_\_\_\_ зачетных единиц, \_\_\_\_\_  
(вид практики)  
академических часов  
с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. по «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Во время прохождения \_\_\_\_\_ практики  
(вид практики)

студент (ка) показал (а) следующий уровень сформированности компетенций:

№ п/п	Код и наименование компетенции	Уровень сформированности						Оценка уровня сформир ованност и компете нций*
		Повышенный (отлично), баллы 86-100 «отлично»		Пороговый (хорошо), баллы 70-85,9 «хорошо»		Пороговый (удовлетворительно , баллы 61-69,9 «удовлетворительно »		
		Руководител ь от профильной организации	Руководитель от университета	Руководитель от профильной организации	Руководител ь от университет а	Руководитель от профильной организации	Руководит ель от университ ета	
	<b>ИТОГО**</b>							

\*оценка выставляется, как средняя сумма баллов руководителя от профильной организации и руководителя от университета, в соответствии с оценочной шкалой и результатами, достигнутыми обучающимся за время прохождения практики.

\*\* итого – средняя сумма баллов по компетенциям, определяющая оценку по итогам прохождения практики обучающимся.

Заключение:

Программа \_\_\_\_\_ практики выполнена с оценкой \_\_\_\_\_, уровень сформированности компетенций **соответствует / не соответствует** требованиям программы практики.

Руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
подпись / расшифровка

Руководитель практики от ФГБОУ ВО «ЛВГУС»

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
подпись / расшифровка