

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕ-  
ДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный уни-  
верситет им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

**О.В. Чкалова  
М.А. Цветков  
И.Ю. Цветкова  
Н.Г. Копасовская  
С.А. Кирюшин  
Н.Ю. Журавлева**

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
(ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ)**

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией института экономики  
и предпринимательства для студентов,  
обучающихся по направлению подготовки  
38.04.06 «Торговое дело» (магистратура)  
Направленность образовательной программы  
«Маркетинг в цифровой экономике»

Нижегород  
2023

УДК 378(073)

ББК 74.58я73

М-54

Методические указания по организации и проведению производственной практики (торгово-технологической практики): учебно-методическое пособие/ О.В. Чкалова, М.А. Цветков, И.Ю. Цветкова, Н.Г. Копасовская, С.А. Кирюшин, Н.Ю. Журавлева. - Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2023. – 49 с.

Рецензент: зав. кафедрой менеджмента и государственного управления ИЭП ННГУ им. Н.И. Лобачевского, д.э.н., профессор С.Н. Яшин

В учебно-методическом пособии рассмотрены положения об организации и проведении торгово-технологической практики (торгово-технологической), даны рекомендации по ее прохождению, написанию отчета и защите.

Пособие предназначено для студентов института экономики и предпринимательства ННГУ им. Н.И. Лобачевского, обучающихся по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (магистратура) (направленность образовательной программы: «Маркетинг в цифровой экономике»).

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2.	МЕСТО В ОПОП, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ.....	3
3.	ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ.....	10
4.	ОБЪЕМ И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ.....	16
5.	ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ .....	16
6.	ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ .....	19
7.	СОДЕРЖАНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ.....	20
8.	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	24
9.	ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ.....	27
10.	ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА О ПРОХОЖДЕНИИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ.....	30
11.	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ.....	36
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	40

## **1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1 Рабочая программа и методические рекомендации по производственной практике (торгово-технологической практике) (далее - торгово-технологической практики) для магистрантов очной формы обучения составлены с учетом требований образовательного стандарта высшего образования Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, введенным в действие Приказом Ректора ННГУ от 19.02.2021 №70-ОД (далее ОС ННГУ) и требованиями ГОСТ 2.105-2019 «Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам».

1.2 Торгово-технологическая практика магистрантов направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» Института экономики и предпринимательства является составной частью основной профессиональной образовательной программы. Объем торгово-технологической практики определяется учебными планами Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

1.3 Учебно-методические материалы для обучающихся и методические материалы для руководителя практики приведены в Приложениях.

## **2 МЕСТО В ОПОП, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

2.1 Торгово-технологическая практика должна обеспечить преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала по курсам дисциплин магистерской программы по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело».

Практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

2.2. Целью торгово-технологической практики по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» является формирование у магистров требуемых ОС

ННГУ компетенций, проведение кабинетных исследований по теме магистерской диссертации.

Основными задачами торгово-технологической практики являются:

- подбор и применение методов, необходимых для сбора и обработки первичной информации в соответствии с темой исследования;
- обработка, анализ вторичной информации по теме исследования;
- разработка элементов учебного спецкурса в соответствии с темой приводимого исследования для формирования компетенций обучающихся.

Конкретные цели и задачи, наличие и объемы различных форм и этапов торгово-технологической (торгово-технологической) практики магистров определяются руководителем практики совместно с обучающимся.

2.3 Данные задачи торгово-технологической практики соотносятся со следующими типами задач профессиональной деятельности и поставленными в их рамках задачами:

А) организационно-управленческий

- планирование и принятие решений в области выбранной профессиональной деятельности и оценка их эффективности
- управление маркетинговой деятельностью предприятия (организации)
- управление информационно-коммуникационной деятельностью предприятия (организации)

Б) аналитический

- анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности организации (предприятия), анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия)
- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения

- анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований

В) научно-исследовательский

- анализ и оценка результатов научных исследований
- проведение научных исследований в определенной профессиональной деятельности.

2.4 Торгово-технологическая практика является составной частью Блока 2

«Практика» и базируется на изучении дисциплин «Стратегический маркетинг», «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» и курсах дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы подготовки магистров по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (направленность (профиль) программы магистратуры: Маркетинг в цифровой экономике).

Полученные в ходе практики знания, сформированные умения, навыки в рамках соответствующих компетенций послужат основой для выполнения аналитической и проектной глав диссертационного исследования.

2.5 Общая трудоемкость торгово-технологической практики определяется учебным планом.

Прохождение практической подготовки предусматривает:

а) Контактную работу - 3 часа, из них:

практические занятия - 2 часа,

КСРИФ (проведение консультаций по расписанию) - 1 час.

б) Иную форму работы студента во время практики:

самостоятельную работу – 105 часов.

Виды иной самостоятельной работы, которые могут быть предусмотрены в данной практике:

1. Информационный поиск.

Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска.

Информационный поиск - поиск неструктурированной документальной информации.

Список современных задач информационного поиска:

- решение вопросов моделирования;
- классификация документов;
- фильтрация, классификация документов;
- проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов;
- извлечение информации (аннотирование и реферирование документов);
- выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах.

Содержание задания по видам поиска:

- поиск библиографический - поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий);

- поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация;

- поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, учебных пособиях, нормативных документах и т.д.

Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

- способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

2. Составление глоссария.

Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационной культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки преддипломной практики.

Глоссарий - словарь специализированных терминов и их определений.

Статья глоссария - определение термина.

Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам.

Выполнение задания:

- 1) определить наиболее часто встречающиеся термины;
- 2) составить список терминов, объединенных общей тематикой;
- 3) расположить термины в алфавитном порядке;
- 4) составить статьи глоссария:
  - дать точную формулировку термина в именительном падеже;
  - объемно раскрыть смысл данного термина.

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность обучающихся решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

3. Составление тематического портфолио работ торгово-технологической практики.

Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме исследования, анализу эмпирических данных, способов и технологий решения проблем.

Тематическое портфолио работ - материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках выбранной темы исследования.

Портфолио работ может состоять из нескольких разделов.

Структура тематического портфолио работ:

- сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа;
- содержание или оглавление;
- органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы);
- лист наблюдений за процессами, которые произошли за время торгово-технологической практики;
- письменные работы;
- видеофрагменты, компьютерные программы;
- рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы магистра, которые

позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями).

Выполнение задания:

- 1) обосновать выбор темы портфолио в соответствии с выбранной темой исследования;
- 2) выбрать рубрики и дать им названия;
- 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы;
- 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы;
- 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы;
- 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы;
- 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео);
- 8) составить план исследования;
- 9) провести исследование, обработать результаты;
- 10) проверить наличие ссылок на источники информации.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

- готовность магистров использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач;
- повышение информационной культуры магистров и обеспечение их готовности к интеграции в условиях цифровой экономики;
- способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

4. Подготовка к защите отчета по практике.

Защита отчета по практике является традиционной формой проверки знаний, умений, компетенций, сформированных у магистров в процессе прохождения торгово-технологической практики.

Самостоятельная подготовка к защите отчета по практике должна осуществляться в течение всего периода прохождения торгово-технологической практики.

Подготовка включает следующие действия.

Прежде всего, нужно изучить учебно-методическое обеспечение и необходимые информационные материалы торгово-технологической практики, которые

важны для выполнения отчета по торгово-технологической практике.

Затем необходимо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к защите отчета по практике.

Если информации недостаточно, ответы следует сформировать самостоятельно согласно учебно-методическому обеспечению торгово-технологической практики.

Рекомендуется делать краткие записи.

Накануне защите отчета по практике необходимо повторить ответы, не глядя в записи.

Для прохождения торгово-технологической практики необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами в процессе обучения на предыдущих курсах. Прохождение практики необходимо для получения знаний, умений и навыков, формируемых для последующей преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы, а также для применения в профессиональной деятельности.

### **3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

3.1 Планируемые результаты обучения представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Планируемые результаты обучения при прохождении практики

<b>Формируемые компетенции с указанием кода компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</b>
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	31 (УК-2) Знать структуру процесса управления проектом на всех этапах его жизненного цикла на предприятии. 32 (УК-2) Знать особенности этапов реализации жизненного цикла проекта на предприятии. У1 (УК-2) Уметь анализировать управление проектом на предприятии, в т.ч. организацией работы персонала. У2 (УК-2) Уметь систематизировать и обобщать информацию по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла на предприятии. В1 (УК-2) Владеть навыками оценки эффективности проекта.
ПК-1 Способен к управлению бизнес-анализом, в т.ч. тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов професси-	31 (ПК-1) Знать процессы управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия. 32 (ПК-1) Знать этапы создания брендов и управления бизнес-анализом. У1 (ПК-1) Уметь анализировать конъюнктуру рынка. У2 (ПК-1) Уметь анализировать деятельность предприятия. В1 (ПК-1) Владеть навыками прогнозирования.

<b>Формируемые компетенции с указанием кода компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</b>
оанальной деятельности предприятия	
ПК-2 Способен к аналитическому обеспечению разработки стратегии изменений организации	<p>З1 (ПК-2) Знать основы теории и подходы к реализации организационных изменений.</p> <p>З1 (ПК-2) Знать основные особенности реализации стратегических изменений организации.</p> <p>У1 (ПК-2) Уметь осуществлять разработку программы организационных изменений и оценивать ее эффективность.</p> <p>У1 (ПК-2) Уметь осуществлять разработку предложений по стратегическим изменениям организации.</p> <p>В1 (ПК-2) Владеть методами реализации организационных изменений.</p> <p>В1 (ПК-2) Владеть навыками разработки мероприятий по стратегическим изменениям организации.</p>
ПК-3 Способен осуществлять экспертизу результатов закупок в части проверки качества представленных товаров, работ, услуг	<p>З1 (ПК-3) Знать современные виды и способы организации закупок, проверки качества представленных товаров, работ, услуг.</p> <p>З1 (ПК-3) Знать основные виды и процедуры контроля качества представленных товаров, работ, услуг, основные стандарты системы управления качеством.</p> <p>У1 (ПК-3) Уметь формулировать задачи по выбору системы закупок и обеспечению качества представленных товаров, работ, услуг.</p> <p>У2 (ПК-3) Уметь выбирать системы закупок, разрабатывать мероприятия по проведению контроля качества представленных товаров, работ, услуг.</p> <p>В6 (ПК-3) Владеть навыками оценки рисков в деятельности предприятий и методами проведения процедур проверки качества представленных товаров, работ, услуг.</p>
ПК-4 Готов разрабатывать, реализовать и развивать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>З1 (ПК-4) Знать сущность и способы разработки маркетинговой программы организации на основе комплекса маркетинга.</p> <p>У1 (ПК-4) Уметь разрабатывать мероприятия по реализации маркетинговой программы организации.</p> <p>У2 (ПК-4) Уметь разрабатывать политику ценообразования в организации.</p> <p>В1 (ПК-4) Владеть навыками разработки и представления маркетинговой программы организации на основе комплекса маркетинга</p>
ПК-5 Способен осуществлять стратегическое планирование маркетинговой деятельности организации	<p>З1 (ПК-5) Знать сущность и способы стратегического планирования маркетинговой деятельности организации.</p> <p>У1 (ПК-5) Уметь разрабатывать план маркетинга.</p> <p>У2 (ПК-5) Уметь составлять бюджет маркетинговых мероприятий и предлагать мероприятия по контролю за выполнением плана маркетинга.</p> <p>В1 (ПК-5) Владеть навыками разработки и представления плана маркетинга организации.</p>
ПК-6 Способен к управлению функциями маркетинга организации.	<p>З1 (ПК-6) Знать сущность и способы стратегического планирования маркетинговой деятельности организации.</p> <p>У1 (ПК-6) Уметь анализировать рынок, потребителей, товарную структуру, конкурентов.</p> <p>У2 (ПК-6) Уметь разрабатывать предложения и мероприятия по организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга,</p> <p>В1 (ПК-6) Владеть навыками разработки и представления плана мар-</p>

<b>Формируемые компетенции с указанием кода компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</b>
	кетинга организации.
ПК-7 Способен к управлению информационно-коммуникационной деятельностью по формированию спроса и стимулированию сбыта	<p>З1 (ПК-7) Знать технологии и средства сбора, обработки и передачи маркетинговых данных.</p> <p>У1 (ПК-7) Уметь использовать специализированные инструментальные средства управления маркетинговыми данными и маркетинговыми коммуникациями.</p> <p>У1 (ПК-7) Уметь моделировать и контролировать информационно-коммуникационную деятельность по формированию спроса и стимулированию сбыта.</p> <p>В1 (ПК-7) Владеть навыками организации информационно-коммуникационной деятельности по формированию спроса и стимулированию сбыта.</p>

3.2 Задания для определения результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Задания для определения результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Компетенции	Задания	Виды практики	Уровень сформированности компетенций			
			Не сформир.	Минимал.	Средний	Максимал.
Универсальные компетенции						
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	1.1.1. Проанализировать организацию бизнес-планирования на предприятии, инновационные бизнес-проекты (при наличии) в компании	Анализ управления проектной деятельностью				
	1.1.2 Систематизировать и обобщить информацию по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла на предприятии. 1.1.3 Оценить эффективность проекта на предприятии.	Оценка эффективности проекта.				
Профессиональные компетенции						
ПК-1 Способен к управлению бизнес-анализом, в т.ч. тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности предприятия	7.1.1. Проанализировать основные результаты профессиональной деятельности предприятия	Управление бизнес-анализом				
	7.1.2 Проанализировать товарную политику и рекламную деятельность предприятия в условиях цифровой экономики					
	7.1.3. Проанализировать политику ценообразования и распределения в организации					
	7.1.4. Проанализировать конъюнктуру рынка, на котором функционирует исследуемое предприятие.					
	7.1.5. Проанализировать основные бизнес-технологии, используемые в деятельности предприятия.					
ПК-2 Способен к аналити-	8.1.1 Разработать и обосновать стратегию организаци-	Стратегический анализ дея-				

<p>ческому обеспечению разработки стратегии изменений организации.</p>	<p>онных изменений. 8.1.2. Разработать комплекс предложений по стратегическим изменениям организации. 8.1.3. Спрогнозировать эффективность разработанной программы организационных изменений и оценить ее эффективность.</p>	<p>тельности предприятия</p>				
<p>ПК-3 Способен осуществлять экспертизу результатов закупок в части проверки качества представленных товаров, работ, услуг.</p>	<p>9.1.1. Проанализировать систему закупок в предприятии, в т.ч. качества представленных товаров (работ, услуг). 9.2.1. Разработать мероприятия по проведению контроля качества представленных товаров, работ, услуг.</p>	<p>Анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг предприятия</p>				
<p>ПК-4 Готов разрабатывать, реализовать и развивать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>10.1.1. Разработать и предложить мероприятия по улучшению товарной политики и рекламной деятельности предприятия в условиях цифровой экономики. 10.1.2. Разработать и предложить мероприятия по улучшению политики ценообразования и распределения в организации.</p>	<p>Разработка и развитие маркетинговой программы.</p>				
<p>ПК-5 Способен осуществлять стратегическое планирование маркетинговой деятельности организации.</p>	<p>11.1.1. Провести стратегический анализ проблем предприятия. 11.1.2 Разработать и представить стратегический план маркетинга объекта исследования. 11.1.3. Сформировать и обосновать бюджет маркетинговых мероприятий с включением контрольных мероприятий за расходованием средств.</p>	<p>Разработка и представление плана маркетинга и осуществление бюджетирования маркетинговой деятельности организации</p>				
<p>ПК-6 Способен к управлению функциями маркетинга организации.</p>	<p>12.1.1. Провести анализ управления функциями маркетинга в организации. 12.2.1. Предложить мероприятия по управлению функциями маркетинга в организации, в т.ч организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга на объекте исследования.</p>	<p>Выполнение работ по координации функционала маркетинга организации.</p>				
<p>ПК-7 Способен к управлению информационно-</p>	<p>13.1.1. Проанализировать деятельность предприятия по управлению маркетинговыми данными и маркетинго-</p>	<p>Выполнение информационно-коммуникационных работ в</p>				

<p>коммуникационной деятельностью по формированию спроса и стимулированию сбыта.</p>	<p>выми коммуникациями. 13.2.1. Предложить мероприятия по развитию информационно-коммуникационной деятельности объекта исследования по формированию спроса и стимулированию сбыта.</p>	<p>сфере формирования спроса и стимулирования сбыта.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

## **4 ОБЪЕМ И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

4.1 Торгово-технологическая практика проводится в сроки, определенные базовым учебным планом. Время проведения торгово-технологической практики трудоемкость определяется графиком учебного процесса.

4.2 Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

## **5 ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

5.1 Прохождение торгово-технологической практики базируется на основе полученных студентами знаний и умений за весь период обучения.

5.2 Способ проведения практики: стационарная или выездная (по мотивированному заявлению обучающихся).

Прохождение студентами преддипломной практики осуществляется **только** на основе договоров, заключенных между ННГУ и предприятиями (организациями), в соответствии с которыми указанные предприятия (организации) обязаны предоставить места для прохождения практики студентами университета.

5.3 Базы практики для студентов должны отвечать следующим основным требованиям:

- соответствовать направлению подготовки магистранта;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Объектами торгово-технологической практики не могут быть предприятия индивидуального предпринимателя.

В соответствии с учебным планом, изучаемыми на торгово-технологической практике компетенциями и видами деятельности при выборе базы практики следует учитывать наличие в предпринимательской деятельности организации:

- процессов закупки и продажи товаров;
- торгово-технологической деятельности;
- организационно-управленческой деятельности
- коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной деятельности;
- возможность провести научное исследование конъюнктуры рынка.

Таким образом, базой торгово-технологической практики магистров направления обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (магистратура) направленности образовательной программы «Маркетинг в цифровой экономике» являются предприятия оптовой и розничной торговли, предприятия общественного питания, предприятия сферы услуг, подразделения производственных предприятий, осуществляющие логистические процессы.

Прохождение торгово-технологической практики на базе кафедры торгового дела ИЭП ННГУ возможно только в исключительных случаях.

При этом обучающиеся могут пользоваться:

- библиотекой ННГУ,
- информационными системами, имеющимися в ИЭП ННГУ,
- программным обеспечением, установленным на компьютерах в ИЭП ННГУ.

Также обучающиеся получают возможность при необходимости проводить опросы по теме исследования среди студентов кафедры торгового дела.

Практика обязательна к прохождению в соответствии с графиком учебного процесса.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

5.4 Направление на торгово-технологическую практику оформляется распоряжением директора института, в котором персонально по каждому студенту определяется место прохождения практики, сроки ее проведения, назначается руководитель практики от выпускающей кафедры.

5.5 Перед началом практики деканатом соответствующей формы обучения студенту выдается предписание, которое он предъявляет по месту практики и в котором делаются соответствующие отметки о ее прохождении. **Прохождение практики без предписания не допускается.** В предписании по окончании прохождения торгово-технологической практики руководителем практики от предприятия дается краткая характеристика результатов практики студента, в которой описывается, какие аспекты деятельности предприятия были им изучены во время прохождения торгово-технологической практики, как он себя проявил в течение этого времени и какая оценка ставится ему за этот период руководителем практики от предприятия.

Организация и контроль за проведением торгово-технологической практики сту-

дентов возлагается на выпускающую кафедру.

#### **5.6 Заведующий выпускающей кафедрой:**

- осуществляет непосредственное организационное и учебно-методическое руководство практикой студентов и организует контроль за ходом практики;
- назначает руководителя практики студентов от кафедры;
- совместно с преподавателем, ответственным за организацию и проведение практики, подготавливает проекты договоров (соглашений) о сотрудничестве с предприятиями, учреждениями и организациями с целью привлечения их в качестве баз практики;
- заслушивает отчёты руководителя практики о проведённой работе, разрабатывает мероприятия по улучшению и совершенствованию проведения практики и принимает меры по реализации этих мероприятий.

#### **5.7 Руководитель торгово-технологической практики студентов:**

- составляет рабочий график (план) проведения практики;
- получают от заведующего выпускающей кафедры и ответственного за организацию и проведение практики на кафедре указания по подготовке и проведению практики;
- проводит совместно с руководителем сектора практик и деканатом соответствующей формы обучения организационное собрание, на котором доводит до студентов требования по ведению дневников и составлению отчёта по практике;
- подробно знакомит с индивидуальным заданием по практике и выдает его студенту под роспись (Приложение Б);
- обеспечивает студентов учебно-методической и иной документацией (программами, направлениями на практику и т. д.);
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным в ОПОП ВО;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- систематически консультирует студентов по вопросам прохождения практики;
- доводит до студентов требования по ведению дневников и составлению отчёта по практике;

- проверяют и подписывают дневники и отчёты студентов по окончании практики,
- организует их защиту, оценивает результаты прохождения практики обучающимися, дают письменный отзыв на отчет по практике с указанием степени освоения компетенций, указанных в разделе 3.

## **6 ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

До начала прохождения торгово-технологической практики студент обязан получить в деканате соответствующей формы обучения бланк предписания на практику, информировать руководителя от кафедры о месте ее проведения.

При проведении торгово-технологической практики студент обязан:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- руководствоваться действующими в организации правилами внутреннего распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила эксплуатации оборудования, техники безопасности, охраны труда и другие условия работы в организации;
- нести ответственность за выполнение работы и её результаты наравне со штатными работниками предприятия;
- вести записи о выполнении графика (плана) проведения практики;
- представить руководителю практики от предприятия письменный отчёт о выполнении всех заданий и получить от него отзыв о проделанной работе.

По окончании торгово-технологической практики студент обязан:

- информировать руководителя от кафедры о результатах прохождения практики;
- подготовить отчет о прохождении торгово-технологической практики в соответствии с требованиями выпускающей кафедры и представить его на выпускающую кафедру в срок, установленный заведующим кафедрой;
- защитить отчет о прохождении торгово-технологической практики перед руководителем практики от кафедры или комиссией.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв, несвоевременно представивший отчет о прохождении практики или получивший

неудовлетворительную оценку при защите отчёта, отчисляется из университета.

На студентов, нарушающих правила внутреннего распорядка, руководителем организации, его подразделения или руководителем практики от организации могут налагаться взыскания, о чём сообщается администрации деканата факультета (директору института). В отдельных случаях директор института может рассматривать вопрос об отчислении студента из университета.

## **7 СОДЕРЖАНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

Содержательная часть отчета по практике должна включать в себя:

**Введение** (УК-2, ПК-7). Указать цели, задачи практики. Спланировать свою образовательную траекторию по выполнению заданий и написанию разделов отчета по практике. Представить в приложении календарный план-график сбора информации, проведения исследования и обработки и представления его результатов в соответствии с порядком подготовки, оформления и защиты отчета и выделенным временем на прохождение практики.

Четкая формулировка объекта, предмета, методов исследования в соответствии с темой магистерской диссертации, а также основные источники информации.

### **Раздел 1. Исследование внешней и внутренней среды предприятия.**

Дать краткую характеристику деятельности предприятия (наименование и тип предприятий, местонахождение; организационно-правовая форма, ее достоинства и недостатки с учётом специфики предприятий; виды деятельности предприятия в соответствии с Уставом предприятия и согласно присвоенным кодам по ОКВЭД, сведения о лицензировании), его организационный и экономический анализ (ПК-1, ПК-2).

Проанализировать организацию бизнес-планирования на предприятии, инновационные бизнес-проекты (при наличии) (УК-2, ПК-1, ПК-4, ПК-5).

Проанализировать результаты маркетинговой деятельности предприятия, в т.ч. товарную политику и рекламную деятельность, политику ценообразования и распределения, анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг предприятия, прогрессивные направления развития деятельности предприятия, применяемые инновации и инновационные бизнес-технологии, в том числе с использованием научно-технических и деловых источников информации (ПК-1, ПК-3, ПК-4).

Проанализировать деятельность предприятия по управлению функциями марке-

тинга, маркетинговыми данными и маркетинговыми коммуникациями (ПК-6, ПК-7).

.Провести исследование тенденций изменений конъюнктуры рынка, составить прогноз на планируемый период (ПК-1, ПК-4, ПК-6, ПК-7).

Проанализировать систему закупок в предприятии, в т.ч. качества представленных товаров (работ, услуг) (ПК-3).

Провести стратегический анализ проблем предприятия, в том числе его стратегии и тактики с использованием современных научных методик,. Охарактеризовать выявленные экономические, финансовые, управленческие, маркетинговые, коммерческие проблемы на объекте исследования. (ПК-2, ПК-5, ПК-7).

Оценить реальную конкурентоспособность организации, в том числе с использованием современных математических методов, программного обеспечения (ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7).

## **Раздел 2. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия, оценка их эффективности.**

Предложить рекомендации по разработке инновационных методов, средств и технологий в деятельности предприятия, в том числе по введению информационного и технологического обеспечения, выбору системы закупки товаров (ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7).

Разработать и представить план маркетинга.

Сформировать и обосновать бюджет маркетинговых мероприятий с включением контрольных мероприятий за расходованием средств.

Предложить мероприятия по совершенствованию управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия, в т.ч. новый товар (услугу) для объекта исследования; форму и средство рекламы, в том числе с использованием бренд-технологий (ПК-4, ПК-5, ПК-6).

Предложить мероприятия по совершенствованию управления политикой и ценообразования и распределения на предприятии (ПК-4, ПК-5, ПК-6).

Предложить мероприятия по управлению функциями маркетинга в организации, в т.ч организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга на объекте исследования (ПК-6)..

Предложить мероприятия по развитию информационно-коммуникационной деятельности объекта исследования по формированию спроса и стимулированию сбыта (ПК-7)

Разработать мероприятия по проведению контроля качества представленных товаров, работ, услуг (ПК-3).

Оценить эффективность принятых управленческих решений (ПК-1, ПК-2, ПК-7).

**Заключение** (УК-2, ПК-7).

Краткая характеристика полученных результатов по всем разделам с указанием конкретных достижений. Подготовить краткое изложение результатов исследования для защиты отчета.

**Список использованных литературных источников.**

**Приложения.**

В отдельных случаях содержание и структура отчета может быть изменена в соответствии с индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики от кафедры.

Формой аттестации по практике является зачет с оценкой. По результатам проверки отчетной документации и защиты отчета выставляется зачет с оценкой.

Руководитель практики оценивает работу практиканта по составленному им отчету.

Письменный отчет о торгово-технологической практике составляется индивидуально каждым обучающимся и должен отражать его деятельность в период практики и подготовленность к написанию магистерской диссертации. Он должен основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученных данных, выводами и предложениями по решению выделенных проблем.

Общими требованиями к отчету являются: соответствие заданию, целевая направленность, логичность изложения материала, полнота освещения вопросов, предусмотренных программой практики, доказательность выводов, грамотность оформления. Выполнение задания предполагает приложение необходимых документов или извлечений из них. Количество приложений не ограничивается. Отчет о технологической практике должен быть не менее 40 печатных страниц формата А4 (исключая приложения). Работа оформляется в соответствии с ГОСТ 2.105-2019 «Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым доку-»

ментам».

Отчет защищается студентом в ходе личного собеседования с руководителем практики (т.е. научным руководителем) в установленные сроки. В процессе защиты отчета по технологической практике студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации, структуру и анализ материалов, включаемых в магистерскую диссертацию, оценить их полноту и объем, которые необходимо выполнить для завершения выпускной квалификационной работы. Оценка практики складывается из оценки за письменный отчет (70%) и оценки защиты отчета (30%). Оценка практики (**зачет с оценкой**) выставляется в ведомость руководителем практики и заносится в зачетную книжку.

### 7.6 Содержание этапов практики

Общий порядок и последовательность этапов прохождения практики, а также примерная трудоемкость представлены в таблице 3.

Таблица 3- Технологическая карта

№ п/п	Этап	Содержание этапа	Трудоемкость (часов/неделя)
1	Организационный	- проведение организационного собрания - получение группового задания - проведение инструктажа руководителем практики - составление совместного рабочего графика (плана) проведения практики	2
2	Основной (экспериментальный)	1. Краткая характеристика деятельности предприятия, его организационный и экономический анализ. Организация бизнес-планирования на предприятии, инновационные бизнес-проекты (при наличии)	5
		2. Исследование деятельности предприятия, в т.ч. товарной политики и рекламной деятельности, политики ценообразования и распределения, анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг предприятия, прогрессивных направлений развития деятельности предприятия, применяемых инноваций и инновационных бизнес-технологий, в том числе с использованием научно-технических и деловых источников информации. Исследование тенденций изменений конъюнктуры рынка, составление прогноза на планируемый период. Анализ системы закупок в предприятии, в т.ч. качества представленных товаров (работ, услуг). Анализ деятельности предприятия по	25

		управлению функциями маркетинга, маркетинговыми данными и маркетинговыми коммуникациями	
		3. Стратегический анализ проблем предприятия, в том числе его стратегии и тактики	10
		4. Оценка конкурентоспособности организации, в том числе с использованием современных математических методов, программного обеспечения.	10
		5. Выработка рекомендаций по разработке инновационных методов, средств и технологий в деятельности предприятия, в том числе по введению информационного и технологического обеспечения, выбору системы закупки товаров	10
		6. Разработка плана маркетинга для организации. Разработка мероприятий по совершенствованию управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия. Разработка мероприятий по совершенствованию управления политикой и ценообразования и распределения на предприятии. Разработка мероприятий по управлению функциями маркетинга в организации, в т.ч. организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга на объекте исследования	30
		7. Оценка эффективности принятых управленческих решений.	15
3	Заключительный (обработка и анализ полученной информации)	- формирование отчета - КСРИФ (проведение консультаций по расписанию) - защита отчета по практике	1
	<b>ИТОГО:</b>		<u>108 / 2</u>

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

8.1 В процессе прохождения торгово-технологической практики студент изучает самостоятельно вопросы и материалы в соответствии с полученной подготовкой и функциональными обязанностями на занимаемом рабочем месте, темой выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

8.2 В ходе практики обучающемуся необходимо выполнить все задания, наме-

ченные в индивидуальном плане прохождения практики, и представить отчет.

8.3 Отчет о торгово-технологической практике должен основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученного практического опыта, выводами и предложениями в рамках направления и темы исследования выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Общими требованиями к отчету являются: целевая направленность, логичность изложения материала, полнота освещения вопросов, предусмотренных программой практики, доказательность выводов, грамотность оформления.

8.4 Каждое задание предполагает приложение необходимых документов или извлечений из них. Количество приложений не ограничивается, но должно по возможности полно отражать аспекты деятельности исследуемого предприятия – базы практики.

#### **8.5 Отчёт должен иметь следующие структурные элементы:**

- титульный лист, подписанный руководителями практики от института и предприятия (приложение А);

- индивидуальное задание, подписанное руководителями практики и обучающимся (Приложение Б);

- предписание на практику (Приложение В);

- рабочий график(план) (в соответствии с программой) (форма см. Приложение Г);

- содержательную часть;

- список литературы;

- приложения в последовательности, обозначенной в тексте отчёта.

8.6 Содержательная часть отчета по практике должна включать в себя:

Введение

Раздел 1. Исследование внешней и внутренней среды предприятия.

Раздел 2. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия, оценка их эффективности.

Заключение (УК-2, ПК-7).

Список использованных литературных источников.

Приложения.

Более подробно содержание отчета представлено в пункте 7.

В отдельных случаях содержание и структура отчета может быть изменена в соответствии с индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики от кафедры.

Руководитель практики оценивает работу практиканта по составленному им отчету и собеседованию по вопросам.

### **Вопросы к собеседованию (устным опросам) по торгово-технологической практике**

№	Вопрос	Код компетенции (согласно РПП)
1.	Цели и задачи торгово-технологической практики.	УК-2, ПК-7
2.	Управление проектом в торговом предприятии	УК-2
3.	Эффективность реализации проекта в компании.	УК-2
4.	Организация бизнес-планирования на объекте исследования.	УК-2
5.	Товарная политика объекта исследования.	ПК-1
6.	Рекламная деятельность объекта исследования.	ПК-1
7.	Политика ценообразования объекта исследования	ПК-1
8.	Политика распределения объекта исследования	ПК-1
9.	Конъюнктура рынка, на котором функционирует исследуемое предприятие.	ПК-1
10.	Бизнес-технологии объекта исследования.	ПК-1
11.	Прогнозы изменений исследуемого предприятия	ПК-2
12.	Методы анализа внешней среды для разработки и выбора стратегии организационных изменений.	ПК-2
13.	Методы анализа внутренней среды для разработки и выбора стратегии организационных изменений.	ПК-2
14.	Программа организационных изменений и предложения по стратегическим изменениям объекта исследования.	ПК-2
15.	Эффективность программы организационных изменений.	ПК-2
16.	Система закупок для осуществления профессиональной деятельности объекта исследования.	ПК-3
17.	Контроль качества товаров, работ, услуг объекта исследования.	ПК-3
18.	Комплекс маркетинга исследуемой организации.	ПК-4
19.	Стратегический анализ проблем предприятия	ПК-4
20.	Оценка конкурентоспособности организации	ПК-4
21.	Стратегический план маркетинга объекта исследования.	ПК-5
22.	Бюджет маркетинговых мероприятий с включением контрольных мероприятий за расходованием средств.	ПК-5
23.	Тактическое планирование деятельности объекта исследования.	ПК-6
24.	Стратегическое планирование деятельности объекта исследования.	ПК-6
25.	Информационное обеспечение маркетинга на объекте исследования.	ПК-7
26.	Средства управления маркетинговыми данными на объекте исследования.	ПК-7
27.	Средства управления маркетинговыми коммуникациями объекта исследования.	ПК-7
28.	Модель информационно-коммуникационной деятельности объекта исследования по формированию спроса и стимулированию сбыта.	ПК-7
29.	Выводы по разделу 1 торгово-технологической практики.	УК-2, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-7

30.	Выводы по разделу 2 торгово-технологической практики.	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7
31.	Краткая характеристика полученных результатов с указанием конкретных достижений.	УК-2, ПК-7

Письменный отчет о торгово-технологической практике составляется индивидуально каждым обучающимся и должен отражать его деятельность в период практики и подготовленность к написанию магистерской диссертации. Он должен основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученных данных, выводами и предложениями по решению выделенных проблем.

Общими требованиями к отчету являются: соответствие заданию, целевая направленность, логичность изложения материала, полнота освещения вопросов, предусмотренных программой практики, доказательность выводов, грамотность оформления. Выполнение задания предполагает приложение необходимых документов или извлечений из них. Количество приложений не ограничивается. Отчет о технологической практике должен быть не менее 40 печатных страниц формата А4 (исключая приложения). Работа оформляется в соответствии с ГОСТ 2.105-2019 «Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам».

Отчет защищается студентом в ходе личного собеседования с руководителем практики (т.е. научным руководителем) в установленные сроки. В процессе защиты отчета по технологической практике студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации, структуру и анализ материалов, включаемых в магистерскую диссертацию, оценить их полноту и объем, которые необходимо выполнить для завершения выпускной квалификационной работы. Оценка практики складывается из оценки за письменный отчет (70%) и оценки защиты отчета (30%). Оценка практики (**зачет с оценкой**) выставляется в ведомость руководителем практики и заносится в зачетную книжку.

## **9 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ**

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по учебной практике включает в себя: себя критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций и критерии оценок отчета по преддипломной практике.

Таблица 5 - Критерии и шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<b>Полнота знаний</b>	Отсутствие знаний теоретического материала для выполнения индивидуального задания. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования, отсутствует отчет, оформленный в соответствии с требованиями	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки при ответе на вопросы собеседования	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки и требований программы практики
<b>Наличие умений</b>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме без недочетов
<b>Наличие навыков (владение опытом)</b>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа на вопросы собеседования	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
<b>Мотивация (личностное отношение)</b>	Полное отсутствие учебной активности и мотивации, пропущена	Учебная активность и мотивация слабо выражены,	Учебная активность и мотивация низкие, слабо	Учебная активность и мотивация проявляются на	Учебная активность и мотивация проявляются на	Учебная активность и мотивация проявляются на	Учебная активность и мотивация проявляются на

	большая часть периода практики	готовность решать поставленные задачи качественно отсутствует	выражены, стремление решать задачи на низком уровне качества	среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества	уровне выше среднего, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на высоком уровне качества	высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества	очень высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять нестандартные дополнительные задачи на высоком уровне качества
<b>Характеристика сформированности компетенции</b>	Компетенция не сформирована. Отсутствуют знания, умения, навыки, необходимые для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется отработка дополнительных практических навыков	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции превышает стандартные требования. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для применения творческого подхода к решению сложных практических (профессиональных) задач
<b>Уровень сформированности компетенций</b>	Нулевой	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий	Очень высокий
	Низкий		достаточный				

Критериями оценки результатов прохождения обучающимися практики в форме практической подготовки являются сформированность предусмотренных программой компетенций, т.е. полученных теоретических знаний, практических навыков и умений, самостоятельность, творческая активность.

Таблица 6 - Критерии оценок отчета по торгово-технологической практике

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки, творческий подход к решению нестандартных ситуаций во время выполнения индивидуального задания. Обучающийся представил подробный отчет по практике, активно работал в течение всего периода практики. Соблюдал сроки предоставления отчетности и защиты отчета по практике. Компетенции освоены на высоком уровне.
Отлично	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует высокий уровень подготовки. Обучающийся представил подробный отчет по практике, активно работал в течение всего периода практики. Соблюдал сроки предоставления отчетности и защиты отчета по практике. Компетенции освоены в основном на высоком уровне.
Очень хорошо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты. Обучающийся демонстрирует хорошую подготовку. Обучающийся представил подробный отчет по практике с незначительными неточностями, активно работал в течение всего периода практики. Соблюдал сроки предоставления отчетности и защиты отчета по практике. Компетенции освоены на высоком и среднем уровне.
Хорошо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций достигнуты практически полностью. Обучающийся демонстрирует в целом хорошую подготовку, но при подготовке отчета по практике и проведении собеседования допускает заметные ошибки или недочеты. Обучающийся активно работал в течение всего периода практики. Соблюдал сроки предоставления отчетности и защиты отчета по практике. Компетенции освоены на среднем уровне.
Удовлетворительно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом достигнуты, но имеются явные недочеты в демонстрации умений и навыков (по компетенциям УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7). Обучающийся показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при выполнении индивидуального задания, но при ответах на наводящие вопросы во время собеседования, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Обучающийся имел пропуски в течение периода практики, имел замечание в период прохождения практик от руководителя. Частично нарушил сроки предоставления отчетности и защиты отчета по практике. Компетенции освоены на низком уровне или не освоены.
Неудовлетворительно	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций в целом не достигнуты, обучающийся не представил своевременно /представил недостоверный отчет по практике, пропустил большую часть времени, отведенного на прохождение практики. Имел негативный отзыв со стороны руководителя о прохождении практики. Компетенции освоены на низком уровне или не освоены.
Плохо	Предусмотренные программой практики результаты обучения в рамках компетенций не достигнуты, обучающийся не представил своевременно отчет по практике, пропустил большую часть времени, отведенного на прохождение практики, не может дать правильный ответ на вопросы собеседования. Имел отрицательный отзыв со стороны руководителя о прохождении практики. Компетенции в основном не освоены.

## **10 ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА О ПРОХОЖДЕНИИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

Отчет является результирующим документом студента о прохождении торгово-технологической практики. Его содержание зависит от специфики предприятия (организации), где осуществлялась практика.

Объем отчета должен быть не менее 30 печатных страниц формата А4 (не включая приложения).

При наборе на компьютере:

- текст должен быть набран через полтора интервала;
- шрифт «Times New Roman», размер шрифта № 14;
- длина строки составляет 16-17 см, длина текста на странице – 24,5-25 см;
- параметры страницы: левое поле – 3,0 см, правое поле – 1,0 см, верхнее поле – 2,0 см, нижнее поле – 2,0 см;
- отступы в начале абзаца 1.25, интервал перед и после абзацев равен нулю.

Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Разделы отчета должны иметь порядковую нумерацию и обозначаться арабскими цифрами без точки. Параграфы должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждого раздела. Номер параграфа включает номер раздела и порядковый номер параграфа, разделенные точкой, например 1.1, 1.2, 1.3, и т.д. После последней цифры и нумерации и в конце названия раздела или параграфа точка не ставится. Строка пропускается между названием параграфа и текстом работы. Между названием раздела и параграфа строка не пропускается.

Например:

Раздел 1 Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия.

1.1 Общая характеристика предприятия и его организационно-правовой формы.

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором они упоминаются

впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в отчете.

Подписуочная надпись выравнивается по центру и оформляется следующим образом под рисунком:

РИСУНОК

Рисунок 1 – Структура направлений деятельности ООО «Спецтехсервис», в %

Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц. Все таблицы нумеруют арабскими цифрами в пределах всего текста. На все таблицы должны быть ссылки в тексте.

Таблицы оформляются следующим образом:

Таблица 1 – Формирование результатов хозяйственной деятельности ООО «XXX» за 2020-2022 гг.

Показатель	2020 г.	2022 г.	Абсолютное изменение,	Темп роста, %

Если таблица разорвана, то разрыв оформляется следующим образом:

Продолжение таблицы 1

Показатель	2020 г.	2022 г.	Абсолютное изменение,	Темп роста, %

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Пояснения значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Все цитаты, факты, цифровые данные и т. п. в отчете должны сопровождаться ссылкой на источник с полными выходными данными (Ф.И.О. автора, название книги, статьи, год и место издания публикации, порядковый номер страницы).

Ссылки в тексте имеют либо сквозную нумерацию в виде надстрочного индекса и в этом случае выходные данные располагаются внизу страницы, либо представлены в скобках внутри текста – номера источника в списке литературы и номер страницы.–Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ Р 7.0.83-2013 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения»

### **Примеры оформления списка литературы:**

#### **Законодательные акты**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1 и 2.- М.: ИНФРА-М: 2009. – 512 с.

#### **Федеральные законы РФ**

2. О защите прав потребителей: федер. закон Рос. Федерации от 7 февраля 1992 г. №2300-1: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 7 февр. 1992г. // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации. – 1992. – № 15, ст. 766; Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 3. СПС Гарант.

3. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федер. закон РФ от 28.12.2009 N 381-ФЗ: : измен. и доп. 09.01.2015: принят Гос. Думой, Федер. Собр. Рос. Федерации 25 декабря 2009 года // Консультант Плюс [Электронный ресурс] : комп. справ. правовая система / Компания « Консультант Плюс». - Электрон. дан. - [Москва]. - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_173647/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173647/). –(дата обращения 08.02.2023).

4. О рекламе: Федер. закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ: с изм. и доп. 27.09.2009: принят Гос. Думой 22 февраля 2006 года, одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // Консультант Плюс [Электронный ресурс] : комп. справ. правовая система / Компания « Консультант Плюс». - Электрон. дан. - [Москва]. - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_173647/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173647/). –(08.02.2023).

#### **Постановления Правительства Российской Федерации**

5. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. №2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_373622/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/).- (дата обращения 08.02.2023).

6. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 "Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации".- URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_373622/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/) /.- (дата обращения 08.02.2023).

### **Стандарты**

7. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли: - М.: Стандартинформ, 2010. – 10 с.

8. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования – Москва: Стандартинформ, 2010. – 8 с.

### **Книжные издания**

#### **Книги ОДНОГО автора**

**ПРАВИЛО: Библиографическое описание документа начинается с фамилии автора, если авторов НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ**

1.Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации / В. Н. Дорман ; под ред. Н. Р. Кельчевской. - Москва : Юрайт ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. - 134 с.

### **Книга с ДВУМЯ, ТРЕМЯ авторами**

2. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. - Москва : Юрайт, 2019. - 177 с.

### **Книги ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ авторов**

**ПРАВИЛО: Библиографическое описание документа начинается с заглавия (названия), если книга написана ЧЕТЫРЬМЯ АВТОРАМИ. В области ответственности за косой чертой (/) приводятся ВСЕ авторы. Под заглавием, как правило, описываются коллективные монографии, сборники статей и т.п.**

3. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 589 с.

### Сборники статей

4.Чкалова О.В., Копасовская Н.Г., Большакова И.В. Электронные маркетинговые драйверы развития рынка продуктового ретейла // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. Серия: Социальные науки. - 2022. - №2 (66). - С.38-47.

### Электронные ресурсы

5.Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 233 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011840-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854781> (дата обращения: 12.10.2022). – Режим доступа: по подписке.

### Сайт, портал

6.Российская книжная палата : [сайт]. - 2018. - URL: <http://bookchamber.ru/isbn.html> (дата обращения: 22.05.2021). - Текст : электронный.

### Электронный ресурс удаленного доступа

7.Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] - URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 10.10.2022).

8.О жилищных правах научных работников: постановление ВЦИК, СНК РСФСР от 20 авг. 1933 г. (с изм. и доп. внесенными постановлениями ВЦИК, СНК РСФСР от 1 нояб. 1934 г., от 24 июня 1938 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Сокращение слов в тексте (кроме общепринятых) не допускается.

Приложения оформляют как продолжение данного документа на последующих его страницах. При этом в тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность. Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Пример:

#### Приложение А

Результаты качества обслуживания в супермаркетах «Seven»

## **11 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

### **11.1 Основная учебная литература:**

1. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст :

электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450381> (дата обращения: 04.12.2022).

2. Кукушкина, В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров) : учеб. пособие / В.В. Кукушкина. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 264 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-101630-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/982657> (дата обращения: 04.12.2022)

### **11.2 Дополнительная учебная, научная и методическая литература:**

1. ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200107325> (дата обращения: 04.12.2022)

2. ГОСТ Р 56766-2015. Услуги общественного питания. Продукция общественного питания. Требования к изготовлению и реализации (Переиздание). — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200127184> (дата обращения: 04.12.2022) .

3. ГОСТ 30524-2013. Услуги общественного питания. Требования к персоналу. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200107327> (дата обращения: 04.12.2022).

4. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения (Переиздание). — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200103471> (дата обращения: 04.12.2022) .

5. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля: термины и определения (с Изменениями N 1, 2, с Поправкой). — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200108793> (дата обращения: 04.12.2022).

6. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли: Классификация предприятий торговли. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200079743> (дата обращения: 04.12.2022).

7. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200114171> (дата обращения: 04.12.2022).

8. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть первая). — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата

обращения: 04.12.2022).

9. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть вторая). — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_9027/#dst0](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/#dst0) (дата обращения: 04.12.2022).

10. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть третья). — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34154/#dst0](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34154/#dst0) (дата обращения: 04.12.2022).

11. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая). — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/#dst0](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/#dst0) (дата обращения: 04.12.2022).

12. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452429> (дата обращения: 04.12.2022)

13. Бочаров, И. М. Управление знаниями в цифровой экономике: теоретико-методологические аспекты : монография / И. М. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 96 с. - ISBN 978-5-394-04184-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232482> (дата обращения: 04.12.2022).

14. Об утверждении Административного регламента исполнения Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека государственной функции по проведению проверок деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и граждан по выполнению требований санитарного законодательства, законодательства Российской Федерации в области защиты прав потребителей, правил продажи отдельных видов товаров (Приказ Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 16 июля 2012 года N 764) — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/902361545> (дата обращения: 04.12.2022).

16. Федеральный закон РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (последняя редакция)» от 28 декабря 2009 г., ФЗ № 381. — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/) (дата обращения: 04.12.2022).

17. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1 (ред. От 05.12.2022. — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 04.12.2022).

### **11.3. Ресурсы сети *Интернет*.**

1. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/> (дата обращения: 04.12.2022)

2. Бизнес-словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.businessvoc.ru/> (дата обращения: 04.12.2022)

3. Эксперт Online [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.expert.ru> (дата обращения: 04.12.2022)

### **11.4. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

1. Операционная система Microsoft Windows.
2. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office Professional.
3. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

Приложение А

Образец оформления титульного листа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н.И.ЛОБАЧЕВСКОГО»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА ТОРГОВОГО ДЕЛА

**ОТЧЕТ**  
**ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**  
**(ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ)**

Выполнил: студент группы \_\_\_\_\_  
направления подготовки  
38.04.06 «Торговое дело»

\_\_\_\_\_  
ф.и.о., подпись

Научный руководитель: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ученая степень, ученое звание, ф.и.о.,  
подпись

Н.НОВГОРОД, 20\_\_ г.

## Приложение Б

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

### **ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕНную ПРАКТИКУ (ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКУЮ ПРАКТИКУ)**

Обучающийся \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество полностью)

Курс \_\_\_\_\_

Факультет/филиал/институт \_\_\_\_\_

Форма обучения \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Содержание задания на практику (перечень подлежащих рассмотрению вопросов):

#### **Введение**

Указать цели, задачи практики. Спланировать свою образовательную траекторию по выполнению заданий и написанию разделов отчета по практике. Представить в приложении календарный план-график сбора информации, проведения исследования и обработки и представления его результатов в соответствии с порядком подготовки, оформления и защиты отчета и выделенным временем на прохождение практики.

Четкая формулировка объекта, предмета, методов исследования в соответствии с темой магистерской диссертации, а также основные источники информации.

#### **Раздел 1. Исследование внешней и внутренней среды предприятия.**

Дать краткую характеристику деятельности предприятия (наименование и тип предприятий, местонахождение; организационно-правовая форма, ее достоинства и недостатки с учётом специфики предприятий; виды деятельности предприятия в соответствии с Уставом предприятия и согласно присвоенным кодам по ОКВЭД, сведения о лицензировании), его организационный и экономический анализ.

Проанализировать организацию бизнес-планирования на предприятии, инновационные бизнес-проекты (при наличии).

Проанализировать результаты маркетинговой деятельности предприятия, в т.ч. товарную политику и рекламную деятельность, политику ценообразования и распределения, анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг предприятия, прогрессивные направления развития деятельности предприятия, применяемые инновации и инновационные бизнес-технологии, в том числе с использованием научно-технических и деловых источников информации.

Проанализировать деятельность предприятия по управлению маркетинговыми данными и маркетинговыми коммуникациями.

.Провести исследование тенденций изменений конъюнктуры рынка, составить прогноз на планируемый период.

Провести стратегический анализ проблем предприятия, в том числе его стратегии и тактики с использованием современных научных методик. Охарактеризовать выявленные экономические, финансовые, управленческие, маркетинговые, коммерческие проблемы на объекте исследования. Выбрать оптимальные варианты для их решения в области профессиональной деятельности.

Оценить реальную конкурентоспособность организации, в том числе с использованием современных математических методов, программного обеспечения.

**Раздел 2. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия, оценка их эффективности.**

Предложить рекомендации по разработке инновационных методов, средств и технологий в деятельности предприятия, в том числе по введению информационного и технологического обеспечения, выбору системы закупки товаров.

Разработать и представить план маркетинга.

Сформировать и обосновать бюджет маркетинговых мероприятий с включением контрольных мероприятий за расходованием средств.

Предложить мероприятия по совершенствованию управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия, в т.ч. новый товар (услугу) для объекта исследования; форму и средство рекламы, в том числе с использованием бренд-технологий.

Предложить мероприятия по совершенствованию управления политикой и ценообразования и распределения на предприятии.

Предложить мероприятия по управлению функциями маркетинга в организации, в т.ч. организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга на объекте исследования.

Предложить мероприятия по развитию информационно-коммуникационной деятельности объекта исследования по формированию спроса и стимулированию сбыта.

Оценить эффективность принятых управленческих решений.

**Заключение.**

Краткая характеристика полученных результатов по всем разделам с указанием конкретных достижений. Подготовить краткое изложение результатов исследования для защиты отчета.

**Список использованных литературных источников.**

**Приложения.**

Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель практики от  
ННГУ

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

**Ознакомлен:**

Обучающийся

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

## Приложение В

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»  
603950. г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д.23

### ПРЕДПИСАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Обучающийся  
Институт/факультет  
Форма обучения  
Код специальности/направления  
подготовки  
Специальность/направление подготовки  
Курс  
Вид (тип) практики  
Место прохождения практики  
Начало практики  
Окончание практики




### ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Приступил к практике  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя практики, печать профильной  
организации)

Окончил практику  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя практики, печать профильной  
организации)

## КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

*(Заполняется руководителем практики от профильной организации)*

\_\_\_\_\_  
(должность)                      (подпись)                      \_\_\_\_\_ (ФИО)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
МП

## КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

*(Заполняется руководителем практики от ННГУ)*

\_\_\_\_\_  
(должность)                      (подпись)                      \_\_\_\_\_ (ФИО)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ:

\_\_\_\_\_  
(подпись)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя практики от ННГУ)

Приложение Г  
**Совместный рабочий график (план) проведения практики**  
*(для проведения практики в Профильной организации)*

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_

Факультет/институт/филиал: Институт экономики и предпринимательства

Направление подготовки/специальность: \_\_\_\_\_

Курс: \_\_\_\_\_

База практики \_\_\_\_\_

*(наименование базы практики – Профильной организации)*

Руководитель практики от ННГУ \_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О., должность)

Руководитель практики от Профильной организации \_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О., должность)

Вид и тип практики: производственная (торгово-технологическая)

Срок прохождения практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

Дата (период)	Содержание и планируемые результаты практики (характеристика выполняемых работ, мероприятия, задания, поручения и пр.)
С __.__.__ по __.__.____	1. Краткая характеристика деятельности предприятия, его организационный и экономический анализ. Организация бизнес-планирования на предприятии, инновационные бизнес-проекты (при наличии)
С __.__.__ по __.__.____	2. Исследование деятельности предприятия, в т.ч. товарной политики и рекламной деятельности, политики ценообразования и распределения, анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг предприятия, прогрессивных направлений развития деятельности предприятия, применяемых инноваций и инновационных бизнес-технологий, в том числе с использованием научно-технических и деловых источников информации. Исследование тенденций изменений конъюнктуры рынка, составление прогноза на планируемый период. Анализ системы закупок в предприятии, в т.ч. качества представленных товаров (работ, услуг). Анализ деятельности предприятия по управлению функциями маркетинга, маркетинговыми данными и маркетинговыми коммуникациями
С __.__.__ по __.__.____	3. Стратегический анализ проблем предприятия, в том числе его стратегии и тактики
С __.__.__ по __.__.____	4. Оценка конкурентоспособности организации, в том числе с использованием современных математических методов, программного обеспечения.
С __.__.__ по __.__.____	5. Выработка рекомендаций по разработке инновационных методов, средств и технологий в деятельности предприятия, в том числе по введению информационного и технологического обеспечения, выбору системы закупки товаров

С __. __. __ по __ . __ . __	6. Разработка плана маркетинга для организации. Разработка мероприятий по совершенствованию управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия. Разработка мероприятий по совершенствованию управления политикой и ценообразования и распределения на предприятии. Разработка мероприятий по управлению функциями маркетинга в организации, в т.ч организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга на объекте исследования
С __. __. __ по __ . __ . __	7. Оценка эффективности принятых управленческих решений.

Руководитель практики от ННГУ

---

*(Ф.И.О., подпись)*

Руководитель практики от Профильной организации

---

*(Ф.И.О., подпись)*

Приложение Г (продолжение)  
**Рабочий график (план) проведения практики**  
*(для проведения практики в Университете)*

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_

Форма обучения: \_\_\_\_\_

Факультет/филиал/институт: \_\_\_\_\_

Направление подготовки/специальность: \_\_\_\_\_

Курс: \_\_\_\_\_

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

*(наименование базы практики – структурного подразделения ННГУ)*

Руководитель практики от ННГУ \_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность)

Вид и тип практики: производственная (торгово-технологическая)

Срок прохождения практики: с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

Дата (период)	Содержание и планируемые результаты практики (характеристика выполняемых работ, мероприятия, задания, поручения и пр.)
С __.__.__ по __..__.	1. Краткая характеристика деятельности предприятия, его организационный и экономический анализ. Организация бизнес-планирования на предприятии, инновационные бизнес-проекты (при наличии)
С __.__.__ по __..__.	2. Исследование деятельности предприятия, в т.ч. товарной политики и рекламной деятельности, политики ценообразования и распределения, анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг предприятия, прогрессивных направлений развития деятельности предприятия, применяемых инноваций и инновационных бизнес-технологий, в том числе с использованием научно-технических и деловых источников информации. Исследование тенденций изменений конъюнктуры рынка, составление прогноза на планируемый период. Анализ системы закупок в предприятии, в т.ч. качества представленных товаров (работ, услуг). Анализ деятельности предприятия по управлению функциями маркетинга, маркетинговыми данными и маркетинговыми коммуникациями
С __.__.__ по __..__.	3. Стратегический анализ проблем предприятия, в том числе его стратегии и тактики
С __.__.__ по __..__.	4. Оценка конкурентоспособности организации, в том числе с использованием современных математических методов, программного обеспечения.
С __.__.__ по __..__.	5. Выработка рекомендаций по разработке инновационных методов, средств и технологий в деятельности предприятия, в том числе по введению информационного и технологического обеспечения, выбору системы закупки товаров
С __.__.__ по __..__.	6. Разработка плана маркетинга для организации. Разработка мероприятий по совершенствованию управления товарной политикой и рекламной деятельностью предприятия. Разработка мероприятий по совершенствованию управления политикой и ценообразования и распределения на предприятии. Разработка мероприятий по управлению функциями маркетинга в организации, в т.ч организации материально-технического обеспечения, контроллингу, внедрению новых технологий, поддержанию высокого качества и конкурентоспособности реализуемых продуктов, планированию на тактическом и

	стратегическом уровнях, информационному обеспечению маркетинга на объекте исследования
С __.__. по __.:__.:__.	7. Оценка эффективности принятых управленческих решений.

Руководитель практики от ННГУ

---

*(Ф.И.О., подпись)*

Ольга Владимировна Чкалова

Максим Алексеевич Цветков

Ирина Юрьевна Цветкова

Наталья Геннадьевна Копасовская

Сергей Александрович Кирюшин

**Методические указания  
по организации и проведению производственной практики  
(торгово-технологической практики)**

Учебно-методическое пособие

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского».  
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.