

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Торгового дела и маркетинга

 Ю.Ю. Сулова

«27» октября 2017 г.  
Торгово-экономический институт

## **Программа практики**

производственная

Преддипломная практика

38.03.06 «Торговое дело»

38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности»

Квалификация (степень) выпускника  
бакалавр

Красноярск 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

1	Общая характеристика практики	3
2	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования	4
3	Указание места практики в структуре образовательной программы высшего образования	6
4	Объём практики, ее продолжительность и содержание	7
5	Формы отчётности по практике	13
6	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	15
7	Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики	16
8	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	19
9	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	20
	Приложение А Бланк Договора на практику	22
	Приложение Б Бланк заявления на практику	24
	Приложение В Бланк направления на практику	25
	Приложение Г Образец титульного листа	26
	Приложение Д Отзыв работодателя	27
	Приложение Е Обязательство о неразглашении конфиденциальной информации	28

## 1 Общая характеристика практики

В соответствии с требованиями ФГОС ВО и Порядком организации практик, практика по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень бакалавриат) проводится следующим образом:

1.1 Виды практики – производственная практика.

1.2 Тип практики – преддипломная практика.

Преддипломная практика является составной частью учебного процесса подготовки квалифицированных бакалавров направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Данная практика направлена на формирование их профессиональных компетенций посредством участия в практической деятельности в соответствии с профилем подготовки.

1.3 Способы проведения – стационарная, выездная практика.

Стационарная практика проводится в университете или в ее структурном подразделении (обособленном структурном подразделении), в которых обучающиеся осваивают образовательную программу, или в иных организациях г. Красноярска.

Выездная практика проводится в том случае, если место ее проведения расположено вне г. Красноярска.

1.4 Формы проведения – дискретно.

Дискретно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

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

Для обучающихся, из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, на основании заявления:

- практика реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей);

- обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования; предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь; обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс; и другие условия, без которых невозможно или затруднено прохождение практики по письменному заявлению обучающегося.

Выход студентов на практику осуществляется согласно приказу Университета, **в сроки, установленные учебным планом.** Для учебно-методического руководства и контроля за прохождением практики, назначаются руководители практики от университета и от предприятия по месту прохождения практики.

Перед отправлением студентов на практику руководитель практики от кафедры проводит организационное собрание, на котором рассматриваются и решаются следующие вопросы:

- цели, задачи практики, сроки прохождения, порядок взаимодействия с руководителем практики от университета в процессе прохождения практики.

- содержание, объем, оформление и сроки защиты отчетов о практике.

- содержание вопросов, предусмотренных программой практики, а также формулирование индивидуальных заданий.

- выбор и закрепление мест прохождения практики студентов (баз практики).

Местом проведения данной практики могут выступать сторонние действующие предприятия торговли (оптовые и розничные торговые предприятия) различных форм собственности, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, связанные с профилем обучения студентов.

Прохождение бакалаврами практики осуществляется на основе договоров, заключенных между Университетом и предприятиями (организациями).

В отдельных случаях допускается прохождение практики в структурных подразделениях Университета.

Допускается прохождение практики на предприятии по инициативе студента.

При выборе места практики студентом самостоятельно, обучающийся берет типовую форму договора на проведение практики студента на сайте СФУ (Приложение А) и заключает договор.

Выбрав место прохождения практики, студент оформляет заявление на закрепление места прохождения практики (приложение Б).

Преддипломная практика проводится на функциональных рабочих местах в соответствии с профилем подготовки, расширяющей круг формируемых знаний, умений и навыков.

Прохождение преддипломной практики желательно на базе организации, на которой проводилась учебная и производственная практика, что позволит студенту выявить факторы и их динамику, а также их влияние на функционирование и развитие организации.

## **2 Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО и ОП в результате прохождения преддипломной практики по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности», (уровень бакалавриат), обучающийся должен

приобрести следующие компетенции: ОК-2; ОК-4; ПК-5, ПК-6, ПК-8, ПК-9; ДПК-1, ДПК-2, ДПК-3; ДПК-4; ДПК-5, ДПК-6, ДПК-7.

Виды компетенций	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
<b>Общекультурные компетенции (ОК)</b>	
ОК-2: Способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.	<p><b>Знать:</b> способы использования источников внутренней и внешней информации, характеризующие деятельность торгового предприятия; средства обработки данных внутренней и внешней информации для объектов ВКР</p> <p><b>Уметь:</b> собирать и обрабатывать информацию для выполнения ВКР; осуществлять экономический анализ при оценке эффективности деятельности объекта ВКР</p> <p><b>Владеть:</b> практическими навыками применения современных методов сбора, обработки и интерпретации информации для выполнения ВКР</p>
ОК-4: Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.	<p><b>Знать:</b> средства обработки и анализа данных для решения задач практики</p> <p><b>Уметь:</b> организовать сбор информации о маркетинговой деятельности объекта ВКР; учитывать организационную культуру в процессе анализа маркетинговой деятельности объекта ВКР</p> <p><b>Владеть:</b> практическими навыками сбора, обработки исходной информации, необходимой для выполнения ВКР; методами и технологией расчета и показателей, используемых при написании ВКР</p>
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>	
ПК-5: организационно-управленческая деятельность: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	<p><b>Знать:</b> содержание профессиональных задач в области управления персоналом предприятия</p> <p><b>Уметь:</b> использовать современные методы управления персоналом организации ( предприятия ) для решения профессиональных задач</p> <p><b>Владеть:</b> необходимыми инструментами организационно – управленческой работы с малыми коллективами</p>
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	<p><b>Знать:</b> методы оценки деловых партнеров; структуру и подходы к разработке договоров с деловыми партнерами; методы и инструменты контроля выполнения заключенных договоров с деловыми партнерами.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять выбор деловых партнеров; определять и формулировать основные цели и задачи проведения переговоров с деловыми партнерами; проводить аудит договоров с существующими и потенциальными деловыми партнерами.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками поиска деловых партнеров; навыками организации и проведения деловых переговоров</p>
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<p><b>Знать:</b> профессиональные задачи в области обеспечения качества торгового обслуживания</p> <p><b>Уметь:</b> выявлять потребности покупателей в области торгового обслуживания и обеспечивать необходимый уровень его качества</p> <p><b>Владеть:</b> владеть методами и инструментами совершенствования торгового обслуживания покупателей</p>
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<p><b>Знать:</b> процедуру разработки стратегий деятельности организации для выполнения ВКР; методические подходы к разработке стратегий предприятия; виды стратегий и методы их оценки</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять разработку и оценку стратегии объекта ВКР</p> <p><b>Владеть:</b> методами стратегического анализа внешней и внутренней среды объекта ВКР; навыками разработки стратегии объекта ВКР и оценки результатов ее реализации</p>
<b>Дополнительные профессиональные компетенции (ДПК)</b>	
ДПК-1: способностью управлять	<b>Знать:</b> профессиональные задачи в области управления

<p>ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>ассортиментом и качеством товаров и услуг  <b>Уметь:</b> применять технологии и процедуры управления ассортиментом и качеством товаров и услуг  <b>Владеть:</b> методами анализа ассортимента, приемами его формирования</p>
<p>ДПК-2: способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p><b>Знать:</b> профессиональные задачи в области управления торгово-технологическими процессами на предприятии, процессы хранения товаров, минимизации затрат ресурсов и потерь  <b>Уметь:</b> использовать современные технологии в области управления торгово-технологическими процессами на предприятии  <b>Владеть:</b> навыками в области управления торгово-технологическими процессами на предприятии</p>
<p>ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p><b>Знать:</b> особенности применения маркетинговых аналитических методик для выполнения ВКР  <b>Уметь:</b> использовать методики исследования потребительского поведения, спроса для разработки проектной части ВКР; собирать и анализировать информацию, необходимую для формирования и прогнозирования покупательского спроса для объекта ВКР; выявлять и прогнозировать тенденции развития рынка и его динамическую устойчивость в целях выполнения ВКР  <b>Владеть:</b> навыками проведения маркетингового анализа поведения потребителей, конъюнктуры товарного рынка, навыками формирования потребностей покупателей для выполнения ВКР</p>
<p>ДПК-4: способностью составлять и контролировать план выполняемой работы, планировать необходимые для выполнения работы ресурсы, оценивать результаты собственной работы</p>	<p><b>Знать:</b> особенности разработки маркетинговых проектов профессиональной деятельности для выполнения ВКР  <b>Уметь:</b> применять методики маркетингового анализа в проектной деятельности; критически оценивать варианты проектной деятельности для объекта ВКР  <b>Владеть:</b> навыками разработки маркетингового проекта для объекта ВКР; способами оценки эффективности предлагаемого маркетингового проекта для объекта ВКР</p>
<p>ДПК-5: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>	<p><b>Знать:</b> профессиональные задачи в области реализации проектов в профессиональной деятельности  <b>Уметь:</b> использовать основные методы проектного управления в области профессиональной деятельности  <b>Владеть:</b> приемами и инструментами реализации проектов в области профессиональной деятельности</p>
<p>ДПК-6: способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>	<p><b>Знать:</b> сущность, типы бизнес-процессов в маркетинговой деятельности и практику их применения на объекте ВКР; методы оценки эффективности бизнес-процессов  <b>Уметь:</b> моделировать и оценивать бизнес-процессы в маркетинговой деятельности предприятия для решения задач ВКР  <b>Владеть:</b> методами прогнозирования бизнес-процессов и методикой оценки их эффективности для решения задач ВКР</p>
<p>ДПК-7: готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях,</p>	<p><b>Знать:</b> профессиональные задачи в области формирования логистических цепей и схем в торговых организациях  <b>Уметь:</b> использовать современные методы управления логистическими процессами в профессиональной деятельности</p>

способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	<b>Владеть:</b> навыками и приемами управления логистическими процессами в профессиональной деятельности
---	--

### 3 Указание места практики в структуре образовательной программы высшего образования

Преддипломная практика (Б2.П.3) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень бакалавриат), входит в Блок 2 Практики (Б2). Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов: Маркетинг, Экономика организации, Коммерческая деятельность, Поведение потребителей, Маркетинговые коммуникации, Маркетинговые исследования, Торговый маркетинг, Ценовая политика, Управление маркетингом, Товарная политика, Стратегический маркетинг, Маркетинговое проектирование.

Дисциплины, для которых освоение преддипломной практики необходимо как предшествующее: Государственная итоговая аттестация. Преддипломная практика как этап обучения бакалавров предшествует Государственной итоговой аттестации. Преддипломная практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки ВКР, решение поставленной проблемы в области маркетинговой деятельности конкретной организации на основе применения бакалаврами полученных знаний, умений и навыков.

Время проведения преддипломной практики для студентов очной формы обучения – 8-й семестр; для студентов заочной формы обучения – 5 курс летняя сессия.

### 4 Объём практики, ее продолжительность и содержание

Объем практики: 108 з.е.

Продолжительность: 2 недели / 108 акад. часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Работа на предприятии	Консультации с руководителем	Самостоятельная работа	Кол-во часов	
1	Устройство на предприятие производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности.	4	-	-	4	Собеседование
2	<i>Раздел 1. Организационно-экономическая характеристика предприятия</i>	4	2	4	10	Собеседование, оформление соответствующих

						разделов отчета
3	<i>Раздел II. Внутренняя маркетинговая среда предприятия:</i> - Товарная политика фирмы - Ценовая политика компании - Сбытовая политика предприятия - Система маркетинговых коммуникаций предприятия - Вспомогательные системы управления маркетингом	8	2	16	26	Первичные результаты исследований Описание применяемых методик
4	<i>Раздел III. Внешняя маркетинговая среда предприятия:</i> - Оценка взаимоотношений предприятия с конкурентами на рынке - Оценка взаимоотношений предприятия с поставщиками продукции - Анализ потребителей предприятия - STEP – анализ деятельности предприятия	10	4	12	26	Первичные результаты исследований Описание применяемых методик
5	<i>Раздел IV. Маркетинговые исследования</i>	8	4	14	26	Первичные результаты исследований Описание применяемых методик
6	Анализ и обобщение собранных материалов в ходе практики.	4		4	8	Анализ и обобщение собранных материалов в ходе практики Собеседование.
7	Консультации с руководителями практики по подготовке отчета.	2	2		4	Собеседование
8	Подготовка отчета и защита его по итогам практики.			4	4	Письменный отчет; Устная презентация
9	ИТОГО	40	14	54	108	ЗАЧЕТ

Целью преддипломной практики бакалавра по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» является: расширение представления обучающихся функционировании маркетинговых структур на предприятии, реализация которой возможна за счет:

- сбора необходимых материалов для написания отчета по преддипломной практике путем непосредственного участия студента в деятельности предприятия;
- профессиональной подготовки бакалавра-маркетолога к работе в реальных рыночных условиях;
- приобщения студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

Базовыми задачами преддипломной практики являются:

1. адаптация и углубление на практике полученных знаний по профессиональным дисциплинам.
2. изучение специфики практики маркетинговой работы предприятий, организаций, имеющих маркетинговую службу, отдел маркетинга, либо работающих в условиях ориентации на принципы маркетинга.
3. выработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия-базы практики.

Преддипломная практика предоставляет следующие возможности:

- получение дополнительной информации о будущей профессии;
- получение понимания о том, в какого типа организации хотели бы работать выпускник;
- получение информации о том, нужно ли углублять и в каком направлении знания, получаемые в вузе;
- получить возможности трудоустройства на предприятии, где проходила преддипломная практика (некоторые предприятия могут идти на этот шаг в рамках стратегий формирования кадрового резерва);
- получение навыков поиска работы и проведения переговоров с работодателями (в случае, если выпускник самостоятельно ищет место прохождения практики).

Выполнение задач преддипломной практики направлено на:

1. закрепление практических навыков, знаний и умений, полученных студентами в процессе обучения необходимых компетенций в соответствии с ФГОС;
2. сбор необходимого материала для ВКР;
3. изучение текущей, практической деятельности маркетолога на предприятиях;
4. углубленное изучение и анализ смежных вопросов, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
5. приобщение студентов к практической работе на основе выполнения заданий, способствующих более глубокому пониманию и освоению будущей профессиональной деятельности.

При направлении студента на практику он обеспечивается методическими материалами (программа практики, направление на практику (Приложение В), отзыв работодателя, дневник).

В период прохождения практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего трудового распорядка и техники безопасности, установленных в подразделениях и на рабочих местах в организации. Для студентов устанавливается режим работы, обязательный для тех структурных подразделений организации, где он проходит практику.

Продолжительность рабочего дня для студентов при прохождении практики в организациях, учреждениях и на предприятиях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

Студент, нарушающий трудовую дисциплину и правила внутреннего

распорядка предприятия, по представлению руководителя подразделения или руководителя практики от предприятия, может быть отстранен от прохождения практики, о чем сообщается декану факультета и заведующему выпускающей кафедрой.

Проведение практики бакалавров регламентировано следующими руководящими документами;

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 1334 от 12.11.2015 г.);
- Положение о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования (утв. приказом Министерства образования Российской Федерации от 25 марта 2003 г. № 1154);
- Положение о практике обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГАОУ ВО «Сибирский Федеральный Университет» (утв. приказом ректора 30.05.2017 г.)
- рабочий учебный план по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждается ежегодно);
- календарный график учебного процесса по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждается ежегодно).

### **Содержание вопросов программы практики**

#### *Раздел I. Организационно-экономическая характеристика предприятия*

В ходе практики студент должен ознакомиться с уставом предприятия, определив его хозяйственно-юридический статус, степень хозяйственной самостоятельности, форму собственности, организационную структуру управления предприятия; основные функции, права и обязанности предприятия; формирование капитала предприятия и использование его прибыли.

Студент-практикант должен дать оценку месторасположения изучаемого предприятия относительно основных транспортных потоков, центра города, мест посещения большого количества людей, наличие подъездных путей.

В отчете также отражается специализация предприятия, режим работы и оценка его оптимальности для данного предприятия; формы обслуживания покупателей и их совершенствование.

В завершении раздела дается краткая экономическая характеристика предприятия за отчетный период, в сравнении с предшествующим.

#### *Раздел II. Внутренняя маркетинговая среда предприятия*

Описание миссии предприятия, его стратегических установок, маркетинговой стратегии предприятия, маркетинговых целей компании.

Состояние маркетинговой службы на предприятии: ее наличие (в случае отсутствия описываются отделы, выполняющие маркетинговые функции, дается заключение о необходимости создания такой службы (отдела), структура, тип службы (товарная, региональная, функциональная ...)), права и обязанности директора по маркетингу, его подчиненных; описываются взаимоотношения службы с другими отделами предприятия.

- Раздел «Товарная политика фирмы» предполагает изучение товарного ассортимента компании, его широты, полноты, глубины, построение “модельного ряда”, анализ объемов реализации товаров, в том числе:
  - изучение нормативных документов, регламентирующих порядок отчетности и учета розничного товарооборота (РТО) и товарных запасов;
  - изучение организации бухгалтерского учета и отчетности по РТО и товарным запасам;
  - изучение и анализ динамики РТО предприятия за ряд лет в действующих, сопоставимых ценах, натуральном выражении, определение влияния цен на РТО:
  - изучение изменения структуры РТО и его ассортиментного состава в современных условиях;
  - анализ состояния, динамики и состава товарных запасов в отчетном периоде, анализ товарооборачиваемости.

В раздел товарной политики входит также построение графиков жизненного цикла товара, определение его типа, типа товара согласно матрице Бостон-Консалтинг групп, анализ ЖЦТ.

Немаловажное значение имеет изучение политики обновления ассортимента, расчет коэффициентов устойчивости, обновления, % новых товаров в общем объеме продаж.

Необходимо определить профессиональные задачи в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг.

- Оформление раздела «Ценовая политика компании» базируется на:
  - изучении нормативных документов, регламентирующих порядок учета и отчетности по ценам;
  - изучении порядка ценообразования, структуры цен;
  - изучении вариации цен;
  - анализ соответствия цен качеству товара и покупательским мнениям;
  - анализ эластичности цен;
  - расчет индексов цен;
  - изучение цен конкурентов.

- Оценка системы товародвижения в рамках раздела «Сбытовая политика предприятия», предполагает знакомство студента-практиканта с порядком учета и отчетности по поступлению товаров, анализа привлекательности поставщиков, форм снабжения, завоза товара, расчет коэффициентов звенности, оценку ритмичности, равномерности поставки, анализ сервисного обслуживания (если таковое имеется), анализ торгово-технологического процесса на предприятии, анализ договорной работы

предприятия в области поставки товаров. Рассмотреть логистические цепи и схемы предприятия. Определить направления совершенствования торгового обслуживания покупателей.

- При работе над разделом «Система маркетинговых коммуникаций предприятия» следует отметить наличие программы ФОССТИС, описать структуру программы, дать анализ расходов предприятия на мероприятия по формированию спроса, стимулированию сбыта, оценить окупаемость средств, провести анализ (разработку) рекламного бюджета, дать расчёты эффективности рекламы, дать общую диагностику мероприятий коммуникационной политики фирмы.

- Изучая вспомогательную систему управления маркетингом на предприятии следует представить в отчёте по практике:

- определить профессиональные задачи в области управления персоналом, в частности маркетинговым отделом;

- анализ / разработка программы предприятия, разработка плана маркетинга;

- анализ / разработка стратегии предприятия, в частности маркетинговой стратегии;

- проанализировать проекты предприятия в области маркетинговой деятельности;

- оценить бизнес-процессы, реализуемые в маркетинговой деятельности предприятия;

- планирование системы товародвижения, ФОССТИС, расчет рекламного бюджета на будущий период;

- организация контроля на предприятии, внутренний и внешний аудит маркетинга в компании, в том числе провести аудит договоров с существующими и потенциальными деловыми партнерами.

### *Раздел III. Внешняя маркетинговая среда предприятия*

В рамках данного раздела отчёта должны быть выполнены:

- Оценка взаимоотношений предприятия с конкурентами на рынке.

В процессе оценки конкурентной среды студент должен: дать характеристику рынку с точки зрения вида конкуренции, проанализировать отношения компании с основными конкурентами, оценить степень монополизации рынка, рассчитать реальную и потенциальную долю рынка для компании, коэффициенты интенсивности конкуренции на рынке, дать анализ товарного предложения, уровня цен на товары предприятия и конкурентов, дать заключение о позиции предприятия на рынке.

- Оценка взаимоотношений предприятия с поставщиками продукции

В ходе оценки данного фактора внешней маркетинговой среды предприятия должна быть дана общая характеристика рынка поставщиков предприятия, в том числе анализ их количества, анализ доли продукции поставщика (ов) в структуре поставок, анализ структуры рынка поставщиков на предмет заменителей поставляемой продукции, анализ степени дифференцированности продукции поставщика, оценка выполнения

договорных обязательств поставщиками продукции, анализ выполнения договорных обязательств, практика ведения деловых переговоров, предложения по работе с поставщиками продукции.

- Анализ потребителей предприятия.

В данном разделе следует провести структуризацию потребителей продукции предприятия, дать анализ сегментов потребителей как конечных, так и промежуточных на предмет зависимости предприятия от каких либо из них. При общей характеристике групп конечных потребителей следует оценить социально-экономическую и демографическую структуру потребительского рынка, степень информированности потребителей о продукции предприятия, дать оценку структуры их требований и предпочтений. В разделе следует также оценить емкость рынка предприятия и перспективы развития спроса на продукцию предприятия.

- STEP – анализ деятельности предприятия, в том числе возможных политических, экономических, социальных и иных изменений с точки зрения их влияния на рынок продукции предприятия и маркетинговую стратегию компании.

#### *Раздел IV. Маркетинговые исследования*

В данном разделе студент указывает цели маркетинговых исследований предприятия, виды, типы информации и способы ее получения, виды проводимых на предприятии исследований, приводит программу исследований на будущий период, описывает исследовательские проблемы предприятия на текущий период, направления текущих исследований, в заключение раздела следует привести результаты проведенных исследований.

### **5 Формы отчётности по практике**

По итогам практики студент представляет руководителю для проверки следующую документацию, подготовленную по формам отчетности:

- **отчет о прохождении преддипломной практики** с печатью и подписью руководителя практики от предприятия на титульном листе (образец титульного листа в приложении Г);

Структура и содержание отчета определяется программой практики. Отчет должен представлять собой законченное исследование, проведенное студентом в соответствии с единой логикой. *Содержание всех глав должно быть взаимосвязано.*

Объем отчета по практике составляет – 40 -45 страниц машинописного текста. Оформляется отчет в соответствии со стандартом организации sto - 4.2 - 07- 2014, доступен на сайте СФУ.

Первая страница отчета – это **титульный лист**. Оформление титульного листа приводится в приложении Г. Все, что выделено курсивом, предполагает, что студент указывает свое предприятие, утвержденного

руководителя от предприятия и университета, личные данные. Подпись руководителя от предприятия обязательно заверяется печатью.

Следующая страница – это содержание. Раздел **«Содержание»** - последовательное перечисление наименования всех структурных элементов с указанием номера страницы, на которых они помещены. В содержании отчета приводятся все заголовки (названия вопросов программы практики) и указываются страницы, с которых они начинаются. Все заголовки начинаются с прописной буквы. Последнее слово заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце содержания.

**Во введении** отражаются цели, задачи и направления практической работы студента на конкретном предприятии, дата начала и продолжительность практики.

**Практическая часть.** В практической части должна быть отражена самостоятельная работа студента в конкретном предприятии (базе практики), дан анализ ситуации на предприятии, выявлены проблемные зоны в рамках исследуемой проблемы, а также рекомендации по оптимизации ситуации в анализируемом аспекте деятельности.

Никакой из разделов отчета не может завершаться рисунком, таблицей, перечислением каких-либо признаков. *Единственной формой завершения разделов являются сформулированные выводы.* Выводы должны быть краткими, из формулировок исключаются общие фразы, ничего не значащие слова.

**Заключение** должно содержать выводы и предложения, обоснованные студентом в процессе выполнения отчета. Заключение содержит обобщение теоретических и практических результатов, изложенных в основной части.

Как правило, оно содержит: констатацию проделанной работы; результаты исследований; выводы о практическом значении проделанной работы; рекомендации по применению (улучшению) полученных результатов для реализации на практике.

**Список использованных источников** отражает источники, на которых базировалось написание студентом отчета.

**Приложения.** В приложениях должен содержаться фактический материал, представленный в виде схем, таблиц, диаграмм, и т.д., образцы расчетных формул, анализ статистической отчетности, анализ нормативных документов и иные формы анализа материала.

- **дневник о прохождении практики** заверенный печатью и подписью руководителя практики от предприятия;

- **отзыв работодателя**, заверенный печатью и подписью (приложение Д).

К защите допускаются студенты, полностью выполнившие программу практики, своевременно представившие отчет и другие документы отчетности по установленной форме.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной

причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены как имеющие академическую задолженность.

Материалы практики (отчет, отзыв, дневник, рецензия и др.) после ее защиты хранятся на кафедре.

В отчете по практике содержатся результаты проделанной студентами самостоятельной работы, с приложением необходимых данных и расчетов, а также выводы и предложения по вопросам программы практики.

В отдельных случаях структура отчета может быть изменена в соответствии с индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики от университета и согласованным с руководителем практики базового предприятия.

Обеспечивая защиту информации предприятия, относящуюся к разделу коммерческой тайны, студент обязан оформить обязательство о неразглашении конфиденциальной информации в 2-х экземплярах (Приложение Е).

Руководитель практики от кафедры в течение 3 дней обеспечивает организацию защиты практики в форме *зачета*. По итогам защиты практики выставляется оценка, о чем делается соответствующая запись в зачетной ведомости и зачетной книжке.

## **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

Для проведения промежуточной аттестации студентов по практике используются следующие виды оценочных средств:

- Отчет по преддипломной практике
- Дневник о прохождении практики;
- Отзыв работодателя;
- Перечень контрольных вопросов/заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике (приложение к программе практики – Фонд оценочных средств).

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- С нарушением слуха: контрольные вопросы (преимущественно письменная проверка);
- С нарушением зрения: контрольные вопросы (преимущественно устная проверка индивидуально);
- С нарушением опорно-двигательного аппарата: контрольные вопросы (преимущественно устная проверка индивидуально).

Форма промежуточной аттестации по данной практике – зачет.

По результатам защиты отчета, бакалавру выставляется итоговая оценка – «зачтено» / «не зачтено».

*Критерии и показатели, используемые при оценивании прохождения практики студентом*

«Зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;</li> <li>– структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);</li> <li>– все пункты отчета раскрыты полностью;</li> <li>– не нарушены сроки сдачи отчета;</li> <li>– при защите отчета студент свободно владеет знаниями и умениями, полученными во время практики;</li> <li>– студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики;</li> <li>– стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы;</li> <li>– дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики;</li> <li>– дневник и отзыв работодателя оформлены правильно и в полном объеме;</li> <li>– подтверждены подписью руководителя практики и заверены печатью;</li> <li>– указаны оценки отчета по практике и общей оценки практики.</li> </ul>
«Не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме;</li> <li>– нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);</li> <li>– в оформлении отчета прослеживается небрежность;</li> <li>– нарушены сроки сдачи отчета.</li> <li>– при защите отчета студент не полностью владеет знаниями и умениями, полученными во время практики;</li> <li>– студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики, не владеет минимально необходимой терминологией;</li> <li>– допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно;</li> <li>– дневник и отзыв работодателя оформлен правильно, в не полном объеме;</li> <li>– отсутствуют или не везде имеется подпись руководителя практики от предприятия;</li> <li>– отсутствует печать в дневнике и/или отзыве работодателя;</li> <li>– в не полном объеме указаны характеристики работы обучающегося и оценка работы обучающегося.</li> </ul>

**7 Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики**

Дисциплины, изучаемые студентами, обеспечены основной учебно-методической литературой, рекомендованной в рабочих программах, в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В институте имеются компьютерные классы с возможностью работы в специальных программах и доступа к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Студентам представляется свободный доступ к справочным материалам и периодическим изданиям, электронным учебникам, энциклопедиям которые представлены в библиотечных фондах ФГАОУ ВПО «СФУ».

Каждый обучающийся по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень бакалавр) обеспечен не менее чем одним учебным и

одним учебно-методическим печатным и (или) электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла, входящей в образовательную программу (включая электронные базы периодических изданий).

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам общенаучного и профессионального циклов, изданными за последние 5 лет, из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

ОП обеспечена фондом периодических изданий: например, БИКИ «Бюллетень иностранной коммерческой информации», Конъюнктура товарных рынков, Эксперт, Стандарты и качество, Маркетинг в России и за рубежом, Менеджмент в России и за рубежом, Российская торговля, Современная торговля, Коммерсантъ, Экономика и жизнь, СТЕP, Торговая газета, Спрос, Потребитель, Логистика, Торговое оборудование в России, Методы менеджмента качества.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

В качестве учебно-методического обеспечения практики предлагается следующая литература:

***а) Нормативные и законодательные акты***

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 29.07.2017. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

2. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ ред. от 01.07.2017. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

3. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2009 №381-ФЗ ред. от 05.12.2017. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

4. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : федер закон от 07.02.1992 №2300-1 ред. от 01.05.2017. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

5. Правила продажи отдельных видов товаров [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Правительства Рос. Федерации от 19.01.1998 № 55 ред. от 23.12.2016. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». - Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.

6. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. - [Электронный ресурс]. – Взамен ГОСТ Р 51303-99; введ. 01.04.2014. – Москва : Стандартинформ, 2013. - Режим доступа : [protect.gost.ru](http://protect.gost.ru).

7. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования [Электронный ресурс]. – Взамен ГОСТ Р 51304-99; введ. 01.01.2011. – Москва : Стандартинформ, 2010. - Режим доступа : [protect.gost.ru](http://protect.gost.ru).

8. ГОСТ Р 51305-2009 Услуги торговли. Требования к персоналу [Электронный ресурс]. – Взамен ГОСТ Р 51305-99; введ. 01.01.2011. – Москва : Стандартинформ, 2010. - Режим доступа : [protect.gost.ru](http://protect.gost.ru).

9. ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли [Электронный ресурс]. – Взамен ГОСТ Р 51773-200; введ. 01.01.2011. – Москва : Стандартинформ, 2010. - Режим доступа : [protect.gost.ru](http://protect.gost.ru).

#### ***б) Основная литература***

10. Васильев, Г. А. Рекламный маркетинг : учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 276 с.

11. Капон, Н. Управление маркетингом: учебник для вузов : пер. с англ. / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – СПб: Питер, 2013. – 832 с.

12. Кеворков, В. В. Практикум по маркетингу : учеб. пособие / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : КНОРУС, 2011. – 568с.

13. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [пер. с англ.] / Ф. Котлер. - Москва [и др.] : Вильямс, 2012. - 488 с.

14. Липсиц, И. В. Основы маркетинга: учебник / И. В Липсиц, М. Н. Дымшиц. – Москва : Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.

15. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ю. В. Морозов. – Москва : Дашко и Ко, 2013. - 192с.

16. Ромат, Е. В. Реклама: учеб. для студ. вузов, изуч. маркетинг, менеджмент, публик рилейшнз / Е. В. Ромат. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 508 с.

#### ***в) Дополнительная литература***

17. Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : КНОРУС, 2010. – 680 с.

18. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход Б. Берман, Дж. Р. Эванс. – Москва : Вильямс. 2008. – 1184 с.

19. Бузукова, Е. А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. А. Бузукова. - Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 432 с.

20. Голова, А.Г. Управление продажами / А. Г. Голова. – Москва : Дашков и К, 2010. – 280 с.

21. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – 11 – е изд. перераб и доп. – Москва : Дашков и К, 2012. – 692 с.

22. Маркетинг: учебно-методическое пособие /сост. И. В. Ильичева. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 232 с.

23. Сысоева, С. В. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов / С. В. Сысоева. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 144 с.

24. Журналы: «Маркетинг в России и за рубежом», «Новости торговли», «Российская торговля», «Секрет фирмы», «Торговое оборудование», «Управление каналами дистрибуции», «Управление магазином» и т.д.

## **8 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:

**Российские электронные научные журналы и базы данных**

ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:  
<http://window.edu.ru/>

Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>

Университетская библиотека онлайн: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>

Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru>  
(доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)

Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М":  
<http://www.znaniium.com>

Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>

Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <http://rucont.ru>

Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>

**Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online**

Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>

Biological & Agricultural Index

Plus: <http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>

Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>

EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>

Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>  
Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>  
E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>  
Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>  
Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>  
Scopus: <http://www.scopus.com>  
Web of Science: <http://isiknowledge.com>  
Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>

#### **Локальные базы данных**

Электронный каталог НБ СФУ;

Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;

Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;

- [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
- [www.budgetrf.ru](http://www.budgetrf.ru) – Бюджетная система РФ
- [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса. Электронные газеты
- <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент
- <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
- [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - «Консультант Плюс»
- [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – Развитие бизнеса.Ру
- [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система Гарант
- [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики
- [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг
- <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
- [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
- [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR

### **9 Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

Для практики по направлению 38.03.06 «Торговое дело» вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, имеются лицензионные справочники и базы данных. В открытом доступе для студентов имеются следующее программное обеспечение: Гарант, Консультант+, 1С: Предприятие, Лицензионное ПО Microsoft.

Торгово-экономический институт, на базе которого реализуется бакалаврская программа 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности», располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение организационных собраний по прохождению практики, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом, и соответствующие действующим санитарным и противопожарным правилам

и нормам.

Для реализации практики при освоении бакалаврской программы используются компьютерные классы, специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, а также материально-технические ресурсы предприятия – объекта практики.

Все помещения соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

При использовании электронных изданий во время самостоятельной подготовки ТЭИ обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом, в компьютерном классе с выходом в Интернет. Доступность в процессе обучения к сетям типа Интернет составляет один компьютер на двух студентов.

Предприятия-партнеры предоставляющие места практики:

ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», ООО «Леруа Мерлен Восток», ООО «Смарт» сеть гастрономов «Красный Яр», ООО «Командор-холдинг» сеть супермаркетов «Командор», ООО «Русь 27» гипермаркет «Командор», ООО «Ладно», ЗАО «СЗК «Сибзолото», ООО «Вираз», ИП Кузнецова Е.А. магазин «Меховой шик», ООО ПКФ «Орлеан», ООО «Вилмар», ООО «Прима», ООО «Даль», ООО «Виана» - сеть супермаркетов «ROSA-маркет».

Освоение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень бакалавриат).

**Разработчик:**

Профессор кафедры торгового дела и маркетинга ТЭИ СФУ

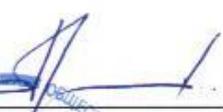
  
Е.В. Щербенко

Ст. преподаватель кафедры торгового дела и маркетинга ТЭИ СФУ

  
О.С. Веремеенко

**Представитель работодателя**

Генеральный директор  
ООО «Сибирская инвестиционная группа», канд. экон. наук

  
В.В. Брюханов



Программа принята на заседании кафедры Торгового дела и маркетинга «27» октября 2017 года, протокол № 2/8

**ДОГОВОР № \_\_\_\_\_**  
**на проведение производственной практики студента**  
**ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»**

г. Красноярск

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

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский федеральный университет», именуемое в дальнейшем «Университет» в лице и.о. ректора Колмакова Владимира Иннокентьевича, действующего на основании приказа Минобрнауки России от 25.10.2017г. № 12-07-03/151 и Устава с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуем \_\_\_\_\_ в дальнейшем «Организация», в лице \_\_\_\_\_, действующ \_\_\_\_\_ на основании \_\_\_\_\_, заключили договор о нижеследующем

**1. Организация обязуется:**

1.1. Предоставить Университету в соответствии с направлением место для проведения преддипломной практики (производственной практики) (Ф.И.О., направление подготовки/профиль, курс) \_\_\_\_\_

срок практики с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. в качестве \_\_\_\_\_

1.2. Обеспечить студентам условия безопасной работы на каждом рабочем месте. Проводить обязательные инструктажи по охране труда: вводный и на рабочем месте с оформлением установленной документации; в необходимых случаях проводить обучение студентов-практикантов безопасным методам работы. Обеспечить студентов на время прохождения практики спецодеждой, спец. обувью и предохранительными приспособлениями по нормам, установленным для соответствующих категорий работников данного предприятия, учреждения и организации за счет средств этого предприятия, учреждения и организации.

1.3. Расследовать и учитывать несчастные случаи, если они произойдут со студентами в период практики в учреждении в соответствии с Положением о расследовании и учете несчастных случаев.

1.4. Создать необходимые условия для выполнения студентами практики. Не допускать использование студентов-практикантов на должностях, не предусмотренных программой практики и не имеющих отношения к направлению подготовки студентов.

1.5. Назначить квалифицированных специалистов для руководства учебной практикой в подразделениях предприятия, учреждения, организации.

1.6. Предоставить студентам возможность пользоваться лабораториями, кабинетами, библиотекой, технической и другой документацией в подразделениях предприятия (учреждения, организации) необходимыми для успешного освоения студентами программы практики и выполнения ими индивидуальных заданий.

1.7. По окончании практики дать характеристику о работе каждого студента и качестве подготовленного им отчета.

## 2. Университет обязуется:

- 2.1. Направить на предприятие (в учреждение, организацию) студентов сроки, предусмотренные направлением на прохождение практики.
- 2.2. Выделить в качестве руководителей практики наиболее квалифицированных профессоров, доцентов.
- 2.3. Обеспечить соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка, обязательных для работников данного предприятия (учреждения, организации).
- 2.4. Оказать работникам предприятия (учреждения, организации) руководителям учебной практики студентов методическую помощь в организации и проведении практики.
- 2.5. Расследовать и учитывать несчастные случаи, если они произойдут со студентами в период прохождения практики.

## 3. Ответственность сторон за невыполнение договора:

- 3.1. Стороны несут ответственность за невыполнение возложенных на них обязанностей по организации и проведению практики студентов в соответствии с Договором и Трудовым кодексом РФ.
- 3.2. Все споры, возникающие между сторонами по настоящему договору, разрешаются в установленном порядке.
- 3.3. Договор вступает в силу после его подписания Университетом, с одной стороны, и предприятием (учреждением, организацией) с другой стороны.
- 3.4. Срок действия Договора с момента подписания и до «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### Юридические адреса сторон:

«Университет»  
660041, г. Красноярск  
пр. Свободный, 79

«Организация»

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
тел. \_\_\_\_\_

### Подписи сторон:

И.О. ректора СФУ  
\_\_\_\_\_ В.И. Колмаков

Руководитель организации  
Должность \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)  
(печать)

СОГЛАСОВАНО:

И.О. директора ТЭИ  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова

Руководитель практики от предприятия  
Должность \_\_\_\_\_ Ф.И.О.  
\_\_\_\_\_  
тел. \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Зав. кафедрой торгового дела и  
маркетинга \_\_\_\_\_

(и.о.ф.)

студента гр. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ формы обучения  
(очной, заочной)

\_\_\_\_\_ (шифр, направление подготовки)

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

## ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу направить меня для прохождения преддипломной практики, в установленные сроки с « » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. на предприятие: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (полное наименование предприятия)

находящегося по адресу:

\_\_\_\_\_ (указать фактический адрес предприятия, индекс)

Руководителем практики от предприятия назначен \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (должность, фамилия, имя, отчество)

\_\_\_\_\_ (контактный телефон)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ (подпись студента)

Согласовано

Руководитель практики от института

(должность)

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

(и. о. ф.)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ПРИЛОЖЕНИЕ В**

**Бланк Направления на практику**  
Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(наименование организации)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**НАПРАВЛЕНИЕ**

Согласно договору № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
к Вам для прохождения преддипломной практики, направляются  
обучающиеся \_\_\_\_ курса, направления подготовки

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
( Ф.И.О полностью)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Руководитель практики от Университета

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
( Ф.И.О полностью)

Срок практики с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Директор института \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(Ф.И.О)

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(Ф.И.О)

**ПРИЛОЖЕНИЕ Г**  
**Образец титульного листа**

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

**ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**  
**Преддипломная практика**

Предприятие

Адрес

Руководитель от университета

\_\_\_\_\_

подпись, дата

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Руководитель от предприятия

\_\_\_\_\_

подпись, дата

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Студент

\_\_\_\_\_

номер группы, зачетной книжки

\_\_\_\_\_

подпись, дата

\_\_\_\_\_

инициалы, фамилия

Красноярск 20\_



**Обязательство о неразглашении  
конфиденциальной информации**

« \_\_\_\_\_ »  
наименование организации

Я, студент группы \_\_\_\_\_ Торгово-экономического института Сибирского  
федерального университета

\_\_\_\_\_  
фамилия, имя, отчество

предупрежден (а), что в период прохождения практики в « \_\_\_\_\_ »  
(далее ОРГАНИЗАЦИЯ) мне будет предоставлен доступ к её информации, в том числе  
конфиденциальной (персональные данные, служебная информация ограниченного  
распространения, информация, составляющая коммерческую тайну).

Во исполнение Договора о предоставлении мест для прохождения учебной и  
производственной практики студентами ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный  
университет» в период прохождения практики в ОРГАНИЗАЦИИ обязуюсь:

1. Выполнять требования локальных нормативных актов ОРГАНИЗАЦИИ;
2. Использовать информацию ОРГАНИЗАЦИИ, ставшую известной мне в период  
прохождения практики, только в целях успешного освоения программы практики и  
выполнения индивидуальных заданий.
3. Не разглашать ставшую мне известной конфиденциальную информацию  
ОРГАНИЗАЦИИ в период прохождения практики и в течение пяти лет после ее окончания.
4. В случае попытки третьих лиц получить от меня конфиденциальную и другую  
служебную информацию сообщать руководителю практики и работнику  
ОРГАНИЗАЦИИ, курирующему проходление практики.

Я ознакомлен (а) с локальными нормативными актами ОРГАНИЗАЦИИ:

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Предупрежден (а) об ответственности за нарушения требований по защите  
информации.

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
подпись фамилия, имя отчество

\_\_\_\_\_  
Дата