

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
Б2.В.4. Преддипломная практика

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Маркетинг, продажи и логистика (Русско-
китайская программа двойного дипломирования)
Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Авторы С.Г. Холмовский, Баева Ольга Николаевна, Тарханова Елена
Геннадьевна, Туренко Татьяна Александровна

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Вид и тип практики

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная практика.

2. Задачи практики

1. Ознакомление со статусом, организационно-правовой формой, миссией предприятия (организации), основными направлениями его деятельности, историей развития.

2. Изучение федеральных и отраслевых нормативных, инструктивных и методических материалов, на основании которых осуществляется деятельность предприятия.

3. Изучение системы маркетинга предприятия и ее основных функций.

4. Диагностика состояния и поведения предприятия (организации) путем отбора и анализа в динамике соответствующей совокупности показателей, выявление проблем и недостатков в деятельности организации и определение основных направлений повышения ее эффективности.

5. Участие в практической работе соответствующего подразделения предприятия

6. Систематизация собранных материалов в соответствии с темой и структурой выпускной квалификационной работы.

3. Способы, формы и места проведения практики

Способ(ы) проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики: дискретно.

Места (место) проведения практики: профильная организация, образовательная организация, структурные подразделения университета, предназначенные в том числе для проведения практики.

Инвалидам предоставляются места практик по их желанию с учетом их возможностей и особенностей.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения данной практики обучающийся должен сформировать определенные компетенции, приобрести определенные практические умения и навыки.

Компетентностная карта практики

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОК-3	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-3	умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
ПК-9	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
ПК-12	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-14	способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность
ПК-15	готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые УНы
ОК-3 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	У. Способен находить наиболее эффективные методы решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах на русском языке Н. Владеть навыками анализа основных проблем, характерных для межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-3 умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	У. Уметь пользоваться нормативными документами и действующим законодательством в сфере своей профессиональной деятельности для соблюдения требований Н. владеть навыками выполнения требований нормативных документов и соблюдения действующего законодательства при подготовке решений в своей профессиональной деятельности
ОПК-4 способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-	У. Уметь применять методы сбора, хранения, обработки, оценки и использования информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) Н. Владеть навыками сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной,

Компетенция	Формируемые УНы
технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)
ПК-5 способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	<p>У. анализировать содержание управленческой деятельности</p> <p>У. Составлять матрицу связей стратегий делового и функционального уровня</p> <p>У. умение организовать работу в соответствии с графиком</p> <p>У. Уметь анализировать технологии управления персоналом</p> <p>Н. владение навыками самостоятельного решения возникающих вопросов</p> <p>Н. использовать имеющиеся знания и умения для самостоятельного управления маркетинговой деятельностью организации</p> <p>Н. навык координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения проекта всеми участниками</p> <p>Н. навыки анализа недостатков управления функциональным конфликтом</p> <p>Н. Владеть навыками разработки предложений по совершенствованию системы управления персоналом и оценки их эффективности</p>
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	<p>У. Уметь организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p> <p>Н. Владеть навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров</p>
ПК-8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<p>У. Уметь оценить и обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p>Н. Владеть навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p>
ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<p>У. уметь обосновывать выбор инструментов стратегического анализа, оценки и способов разработки стратегии</p> <p>Н. владеть навыками применения инструментов стратегического анализа, оценки его результатов и разработки стратегии организации</p>
ПК-12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы)	<p>У. Уметь разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>Н. Владеть навыками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или)</p>

Компетенция	Формируемые УНы
с использованием информационных технологий	логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13 готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	У. Уметь реализовывать проекты в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) Н. Владеть навыками реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-14 способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	У. Уметь прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность Н. Владеть навыками прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности
ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	У. Уметь выбирать и формировать логистические цепи и схемы в торговых организациях, управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы Н. Владеть навыками практического использования теоретических знаний при формировании логистических цепей, схем в торговых организациях, а также в управлении логистических процессах и изысканий оптимальных логистических систем

5. Место практики в структуре образовательной программы

Принадлежность практики - БЛОК 2 ПРАКТИКИ: Вариативная часть.

Практика студентов очной формы обучения проводится в семестре 42. Практика базируется на освоении следующих дисциплин: "Маркетинг", "Статистика", "Ценообразование", "Маркетинговые исследования", "Поведение потребителей".

6. Объем практики

Составляет 12 зачетных единиц (8 нед.).

7. Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, связанные с будущей профессиональной деятельностью, включая самостоятельную работу обучающихся	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	1. Оформление документов для прохождения преддипломной практики	Раздел отчета
2	Основной этап	2. Краткая характеристика предприятия (организации)	Раздел отчета
		3. Анализ экономической деятельности предприятия	Раздел отчета
		4. Анализ конкретных направлений деятельности предприятия	Раздел отчета
		5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компании)	Раздел отчета
3	Заключительный этап	6. Оформление отчёта по практике	Раздел отчета

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, связанные с будущей профессиональной деятельностью, включая самостоятельную работу обучающихся	Формы текущего контроля
4	Промежуточная аттестация	7. Публичная защита отчёта	Отчет

8. Формы отчетности по практике

По итогам прохождения практики обучающийся представляет письменный отчет и отзыв руководителя по практической подготовке от университета, в случае прохождения практики в университете, и от руководителя по практической подготовке от профильной организации в случае прохождения практики в профильной организации.

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Формой промежуточной аттестации является экзамен.

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	Подготовительный этап	ПК-5	У.умение организовать работу в соответствии с графиком	1. Оформление документов для прохождения преддипломной практики. 1. Согласование графика	Своевременность выполнения задания (до 2 балла) (2)
		ПК-5	У.умение организовать работу в соответствии с графиком Н.владение навыками самостоятельного решения возникающих вопросов	1. Оформление документов для прохождения преддипломной практики. 2. Согласование индивидуального задания.	Своевременность выполнения задания (до 3 баллов) (3)
2	Основной этап	ОПК-3	У.Уметь пользоваться нормативными документами и действующим законодательством в сфере своей профессиональной деятельности для соблюдения требований Н.владеть навыками выполнения требований нормативных документов и соблюдения действующего законодательства при подготовке решений в своей профессиональной деятельности	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 1. Статус, организационно-правовая форма предприятия, цели и задачи предприятия, основные виды деятельности.	Использование нормативных и правовых документов и ссылки на них (до 4 баллов) (3)
		ПК-5	Н.навык координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения проекта всеми участниками	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 2. Анализ внешней и внутренней среды организации.	Полнота характеристики объекта исследования (до 2 баллов) (2)
		ПК-5	У.Составлять матрицу связей стратегий делового и функционального уровня	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 3. Состав подразделений предприятия и их краткая характеристика (по мере	Полнота характеристики объекта исследования (до 2 баллов) (2)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
				необходимости).	
		ПК-5	Н.навык координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения проекта всеми участниками	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 4. Организационная структура предприятия.	Полнота характеристики объекта исследования (до 2 баллов) (2)
		ПК-5	У.анализировать содержание управленческой деятельности	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 5. Организация групповой работы в организации.	Полнота характеристики объекта исследования (до 3 баллов) (3)
		ПК-5	Н.навыки анализа недостатков управления функциональным конфликтом	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 6. Групповые конфликты.	Полнота предложенных способов решения организационных конфликтов (до 2 баллов) (2)
		ПК-9	У.уметь обосновывать выбор инструментов стратегического анализа, оценки и способов разработки стратегии Н.владеть навыками применения инструментов стратегического анализа, оценки его результатов и разработки стратегии организации	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 1. Анализ влияния факторов макросреды на экономическую деятельность предприятия.	Качество анализа факторов макросреды (до 5 баллов) (2)
		ПК-5	У.Уметь анализировать технологии управления персоналом Н.Владеть навыками разработки предложений по совершенствованию системы управления персоналом и оценки их эффективности	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 2. Описание системы работы с персоналом, анализ трудовых показателей.	Грамотное построение порядка вопросов в анкете (5 баллов) (2)
		ОПК-4	У.Уметь применять методы сбора, хранения, обработки, оценки и использования информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) Н.Владеть навыками сбора, хранения, обработки и оценки информации,	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 3. Анализ баланса и расчёт финансово-экономических показателей.	Правильный расчёт финансовых показателей (2 балла) (2)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)		
		ПК-8	У. Уметь оценить и обеспечить необходимый уровень качества торгового обслуживания Н. Владеть навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 4. Анализ качества торгового обслуживания в организации.	Рописание процесса обслуживания - 1 балл, анализ показателей, характеризующих качество - 1 балл (2)
		ОПК-4	У. Уметь применять методы сбора, хранения, обработки, оценки и использования информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) Н. Владеть навыками сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 5. Анализ всех видов издержек предприятия.	Расчет точки безубыточности (3 балл) (3)
		ПК-7	У. Уметь организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров Н. Владеть навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 7. Анализ состояния материально-технического обеспечения.	Качество разработки бизнес-планов (2 балла) (5)
		ОПК-4	У. Уметь применять методы сбора, хранения,	4. Анализ конкретных направлений деятельности	Полнота и качество выполненного

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			обработки, оценки и использования информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) Н. Владеть навыками сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)	предприятия. 1. Анализ маркетинговой (рекламной, торгово-технологической) деятельности компании.	анализа (до 10 баллов) (10)
		ПК-15	У. Уметь выбирать и формировать логистические цепи и схемы в торговых организациях, управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы Н. Владеть навыками практического использования теоретических знаний при формировании логистических цепей, схем в торговых организациях, а также в управлении логистических процессах и изысканий оптимальных логистических систем	4. Анализ конкретных направлений деятельности предприятия. 2. Анализ системы логистики компании.	Полнота анализа (до 5 баллов) (5)
		ПК-12	У. Уметь разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий Н. Владеть навыками разработки проектов	5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компании). 1. Описание проекта профессиональной деятельности (торгово-технологической, маркетинговой, рекламной, логистической), направленного на повышение эффективности	Полнота (достаточность) информации (до 2 баллов) (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	компании.	
		ПК-13	У. Уметь реализовывать проекты в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) Н. Владеть навыками реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компания). 2. Описание возможных трудностей в реализации проектов и предложения по их преодолению.	Релевантность и качество предложений (до 5 баллов) (5)
		ПК-14	У. Уметь прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность Н. Владеть навыками прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности	5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компания). 3. Оценка эффективности предлагаемых проектов,.	Полнота и точность расчетов (5)
3	Заключительный этап	ОК-3	У. Способен находить наиболее эффективные методы решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах на русском языке Н. Владеть навыками анализа основных проблем, характерных для межличностного и межкультурного взаимодействия	6. Оформление отчёта по практике. 1. Письменное оформление отчёта (презентация).	Оформление в соответствии с требованиями (до 10 баллов) (10)
4	Промежуточная аттестация	ПК-5	Н. использовать имеющиеся знания и умения для самостоятельного управления маркетинговой деятельностью организации	7. Публичная защита отчёта. 1. Доклад перед комиссией	Своевременность защиты (до 5 баллов) (5)
		ОК-3	У. Способен находить наиболее эффективные методы решения задач	7. Публичная защита отчёта. 2. Ответы на вопросы экзаменаторов.	Качество защиты (до 15 баллов) (15)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			межличностного и межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах на русском языке Н. Владеть навыками анализа основных проблем, характерных для межличностного и межкультурного взаимодействия		
	Промежуточная аттестация				100

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики, содержатся в Приложении 8.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики

а) основная литература:

1. Синицына О. Н. Оксана Николаевна Маркетинг. допущено УМО по образованию в обл. менеджмента. учебное пособие [для бакалавриата]/ О. Н. Синицына.- М.: КноРус, 2013.- 210 с.
2. Синяева И. М., Романенкова О. Н. Маркетинг: теория и практика. рек. УМО по образованию в обл. менеджмента. учеб. для бакалавров. 2-е изд., перераб. и доп./ И. М. Синяева, О. Н. Романенкова.- М.: Юрайт, 2013.-665 с.
3. Бронникова Т. С. Тамара Семеновна Маркетинг: теория, методика, практика. допущено УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента. учебное пособие[для бакалавриата]. 4-е изд., стер./ Т. С. Бронникова.- М.: КноРус, 2013.-208 с.
4. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования. учеб. пособие для вузов. допущено УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента. Изд. 2-е, доп./ Н. Г. Каменева, В. А. Поляков.- М.: ИНФРА-М, 2013.-366 с.
5. [Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление \[Электронный ресурс\] : учебник для магистров / Е.Б. Кметь. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. — 978-5-9908055-3-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491.html>](#)
6. [Маркетинг \[Электронный ресурс\] : основной курс, практикум и наглядные пособия / . — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Проспект Науки, 2016. — 216 с. — 978-5-903090-24-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35845.html>](#)
7. [Маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : методические рекомендации / . — Электрон. текстовые данные. — Орск: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, Орский гуманитарно-технологический институт \(филиал\) Оренбургского государственного университета, 2013. — 38 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51551.html>](#)
8. [Маслова Е.Л. Теория менеджмента \[Электронный ресурс\] : практикум для бакалавров / Е.Л. Маслова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 160 с. — 978-5-394-02217-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52272.html>](#)

9. [Михненко П.А. Теория организации \[Электронный ресурс\] : учебник / П.А. Михненко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 336 с. — 978-5-4257-0111-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17049.html>](http://www.iprbookshop.ru/17049.html)
10. [Попов А.А. Общий менеджмент \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / А.А. Попов, Д.А. Попов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 567 с. — 978-5-905916-99-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/42931.htm>](http://www.iprbookshop.ru/42931.htm)

б) дополнительная литература:

1. Белоусова С. Н., Белоусов А. Г. Маркетинг. допущено М-вом образования. учеб. пособие для сред. проф. образования. Изд. 7-е, перераб. и доп./ С. Н. Белоусова, А. Г. Белоусов.- Ростов н/Д: Феникс, 2012.-398 с.
2. [Андреев С.Н. Основы некоммерческого маркетинга \[Электронный ресурс\] / С.Н. Андреев, Л.Н. Мельниченко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Прогресс-Традиция, 2000. — 256 с. — 5-89826-046-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27907.html>](http://www.iprbookshop.ru/27907.html)
3. [Гареев Т.Р. Основы международного маркетинга \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Т.Р. Гареев. — Электрон. текстовые данные. — Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009. — 244 с. — 978-5-88874-902-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/3165.html>](http://www.iprbookshop.ru/3165.html)
4. [Дейнекин Т.В. Международный маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Т.В. Дейнекин, Т.П. Серебровская, А.А. Романов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2009. — 78 с. — 978-5-374-00288-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10892.html>](http://www.iprbookshop.ru/10892.html)
5. [Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. — 176 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21420.html>](http://www.iprbookshop.ru/21420.html)
6. [Мхитарян С.В. Маркетинговые исследования рынка с использованием ППП Statistica \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / С.В. Мхитарян. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2011. — 71 с. — 978-5-374-00473-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10768.html>](http://www.iprbookshop.ru/10768.html)
7. [Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 296 с. — 978-5-394-01470-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10939.html>](http://www.iprbookshop.ru/10939.html)

в) ресурсы сети Интернет:

- Учебники онлайн, адрес доступа: <http://uchebnik-online.com/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека книг, адрес доступа: <http://aldebaran.ru/>. доступ неограниченный

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

- Adobe Acrobat Reader_11,
- MS Office,

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,

– Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения

При прохождении практики в профильной организации обучающимся предоставляется возможность пользоваться лабораториями, кабинетами, мастерскими, библиотекой, чертежами и чертежными принадлежностями, технической, экономической и другой документацией в подразделениях организации, необходимыми для успешного освоения обучающимися программы практики и выполнения ими индивидуальных заданий.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Форма титульного листа отчета о прохождении практики

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра менеджмента и сервиса

Преддипломная практика

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

обучающегося бакалавриата группы _____
Фамилия И.О.

Руководитель(-и) по практической подготовке
от университета _____
ученое звание, должность, Фамилия И.О.

Иркутск, 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Форма индивидуального задания, выполняемого в период практики

Преддипломная практика

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

для обучающегося бакалавриата группы _____
Фамилия И.О.

Время проведения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

№	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью при прохождении практики	Планируемые сроки выполнения (с «__» _____ по «__» _____)	Отметка руководителя (-лей) по практической подготовке от университета о выполнении (подпись)

Задание выдал:

Руководитель по практической подготовке
от университета

ученое звание, должность, Фамилия И.О.

Задание получил:

Обучающийся группы _____
подпись _____ Фамилия И.О.

Согласовано:

Руководитель по практической подготовке
от профильной организации

(юридическое наименование организации)

подпись _____ должность, Фамилия И.О.

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель (-и) по практической подготовке
от профильной организации _____
подпись _____ должность, Фамилия И.О.

С инструктажем ознакомлен, обязуюсь выполнять

Обучающийся группы _____

подпись

Фамилия И.О.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
(рекомендуемое)

Дневник прохождения практики

Преддипломная практика

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

обучающегося бакалавриата группы _____
Фамилия И.О.

Время проведения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Дата	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Отметка руководителя по практической подготовке (от университета или от профильной организации, подпись)

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

(при прохождении практики
в профильной организации)

Форма отзыва руководителя практики от профильной организации

ОТЗЫВ

руководителя по практической подготовке от профильной организации/
руководителя по практической подготовке от университета
на обучающегося _____ группы _____
Байкальского государственного университета, проходившего практику в/на

(юридическое наименование организации)

Преддипломная практика

Время проведения практики с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Содержание отзыва:

- полнота изучения всех вопросов, предусмотренных программой практики;
- проявление обучающимся самостоятельности и творческого подхода к работе;
- участие обучающегося в текущей работе или решении перспективных задач цеха, отдела, службы, бюро, организации;
- участие обучающегося в разработке или реализации проектов;
- соблюдение правил внутреннего трудового распорядка, требований охраны труда и техники безопасности;
- трудности, препятствовавшие нормальному прохождению практики;
- замечания и пожелания факультету/ институту ФГБОУ ВО БГУ.

Руководитель по практической подготовке от профильной организации/
Руководитель по практической подготовке от университета

(Фамилия И.О., должность, подпись, печать)

М.П.

Адрес организации:

Контактная информация (тел., e-mail):

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

(обязательное)

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

Бланк оценки результатов прохождения практики

обучающегося бакалавриата группы _____

Фамилия И.О. _____

№	Оцениваемые показатели (в полном соответствии с разработанным ФОС)	Оценка (в баллах) максимальная	Оценка фактическая
1	1. Оформление документов для прохождения преддипломной практики. 1. Согласование графика. Критерий: своевременность выполнения задания (до 2 балла).	2	
2	1. Оформление документов для прохождения преддипломной практики. 2. Согласование индивидуального задания. Критерий: своевременность выполнения задания (до 3 баллов).	3	
3	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 1. Статус, организационно-правовая форма предприятия, цели и задачи предприятия, основные виды деятельности. Критерий: использование нормативных и правовых документов и ссылки на них (до 4 баллов).	3	
4	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 2. Анализ внешний и внутренней среды организации. Критерий: полнота характеристики объекта исследования (до 2 баллов).	2	
5	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 3. Состав подразделений предприятия и их краткая характеристика (по мере необходимости). Критерий: полнота характеристики объекта исследования (до 2 баллов).	2	
6	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 4. Организационная структура предприятия. Критерий: полнота характеристики объекта исследования (до 2 баллов).	2	
7	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 5. Организация групповой работы в организации. Критерий: полнота характеристики объекта исследования (до 3 баллов).	3	
8	2. Краткая характеристика предприятия (организации). 6. Групповые конфликты. Критерий: полнота предложенных способов решения организационных конфликтов (до 2 баллов).	2	
9	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 1. Анализ влияния факторов макросреды на экономическую деятельность предприятия. Критерий: качество анализа факторов макросреды (до 5 баллов).	2	
10	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 2. Описание системы работы с персоналом, анализ трудовых показателей. Критерий: грамотное построение порядка вопросов в анкете (5 баллов).	2	
11	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 3. Анализ баланса и расчёт финансово-экономических показателей. Критерий: правильный расчёт финансовых показателей (2 балла).	2	
12	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 4. Анализ качества торгового обслуживания в организации. Критерий: рописание процесса обслуживания - 1 балл, анализ показателей, характеризующих качество - 1 балл.	2	
13	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 5. Анализ всех видов издержек предприятия. Критерий: расчет точки безубыточности (3 балл).	3	
14	3. Анализ экономической деятельности предприятия. 7. Анализ состояния материально-технического обеспечения. Критерий: качество разработки	5	

№	Оцениваемые показатели (в полном соответствии с разработанным ФОС)	Оценка (в баллах) максимальная	Оценка фактическая
	бизнес-планов (2 балла).		
15	4. Анализ конкретных направлений деятельности предприятия. 1. Анализ маркетинговой (рекламной, торгово-технологической) деятельности компании. Критерий: полнота и качество выполненного анализа (до 10 баллов).	10	
16	4. Анализ конкретных направлений деятельности предприятия. 2. Анализ системы логистики компании. Критерий: полнота анализа (до 5 баллов).	5	
17	5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компании). 1. Описание проекта профессиональной деятельности (торгово-технологической, маркетинговой, рекламной, логистической), направленного на повышение эффективности компании. Критерий: полнота (достаточность) информации (до 2 баллов).	10	
18	5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компании). 2. Описание возможных трудностей в реализации проектов и предложения по их преодолению. Критерий: релевантность и качество предложений (до 5 баллов).	5	
19	5. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компании). 3. Оценка эффективности предлагаемых проектов,. Критерий: полнота и точность расчетов.	5	
20	6. Оформление отчёта по практике. 1. Письменное оформление отчёта (презентация). Критерий: оформление в соответствии с требованиями (до 10 баллов).	10	
21	7. Публичная защита отчёта. 1. Доклад перед комиссией. Критерий: своевременность защиты (до 5 баллов).	5	
22	7. Публичная защита отчёта. 2. Ответы на вопросы экзаменаторов. Критерий: качество защиты (до 15 баллов).	15	
	Общее количество баллов	100	

Общая оценка за прохождение практики _____
 Комментарии и пожелания (при наличии) _____

Руководитель по практической подготовке
 от университета _____

подпись

ученое звание, должность, Фамилия И.О.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Структура отчета о практической подготовке

Титульный лист

Индивидуальные задания, выполняющиеся в период практики (не входит в общую нумерацию)

Оглавление

Введение

Раздел 1

1.1.

1.2.

.....

Раздел 2

2.1.

2.2.

.....

Раздел

Заключение

Приложения к отчету

Дневник прохождения практики (если предусмотрен программой практики)

Отзыв руководителя (руководителей) практической подготовки от университета/ профильной организации (если предусмотрен программой практики)

Бланк оценки результатов прохождения практики руководителем (руководителями) от университета.

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Методические указания по прохождению практики

В ходе преддипломной практики необходимо собрать информацию, провести ее анализ и представить в отчете в соответствии с методическими указаниями по прохождению преддипломной практики.

Во время практики студент выполняет работу под руководством руководителя от университета. В ходе преддипломной практики студенту рекомендуется раскрывать задания практики по разделам.

В ходе преддипломной практики необходимо собрать информацию, провести ее анализ и представить в отчете в соответствии со следующими разделами:

Раздел 1. Краткая характеристика предприятия (организации)

Статус, организационно-правовая форма предприятия, цели и задачи предприятия, основные виды деятельности. История предприятия, его прошлые успехи и проблемы. Динамика основных финансово-экономических показателей деятельности предприятия за 2 – 3 года; если это невозможно, то необходимо провести комплексный обзор показателей за отчетный год.

Организационная структура предприятия. Состав подразделений предприятия и их краткая характеристика (по мере необходимости).

Связи предприятия с внешней средой, в том числе внешнеэкономическая деятельность предприятия и связи с зарубежными партнерами.

Раздел 2. Анализ экономической деятельности предприятия

На данном этапе прохождения практики необходимо собрать и проанализировать информацию по следующим основным направлениям (для главы 2 ВКР):

- объемы производства продукции (работ, услуг);
- виды деятельности (номенклатура продукции, работ, услуг), особенности используемых технологий, степень их прогрессивности;
- персонал предприятия: его состав, структура, движение, оплата труда;
- имущество предприятия: его состав, структура, ввод и выбытие;
- издержки предприятия, их структура, резервы снижения издержек;
- финансовое состояние предприятия, его устойчивость и платежеспособность;
- финансовые результаты деятельности предприятия: объем продаж, прибыль, рентабельность и др.

Для качественного выполнения анализа необходимо собрать информацию о показателях деятельности предприятия за несколько отчетных периодов, желательно за несколько лет (если это невозможно, то поквартально отчетные документы года).

При проведении анализа наряду с традиционными методами (такими как: метод сравнения, группировки, цепных подстановок, факторный анализ) могут быть использованы различные экономико-математические методы (корреляционно-регрессионный анализ, теория массового обслуживания и др.), графические методы анализа, функционально-стоимостной анализ и т.п.

Для сбора материалов при прохождении производственной практики могут быть использованы различные виды документации предприятия, а именно:

- устав организации, в котором определены основные направления ее деятельности, цели, задачи и т.д.;
- пакет отчетных документов, представляемых налоговой инспекции, в том числе баланс предприятия (организации) и приложения к нему, включая отчет о финансовых результатах и их использовании, отчетные данные о состоянии имущества предприятия, движении его средств и др.;
- пояснительная записка, прилагаемая к годовой бухгалтерской отчетности, в которой излагаются применяемые методологические принципы учета отдельных

хозяйственных операций и перечисляются основные факторы, повлиявшие в отчетном году на результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние.

Кроме того, студент, в случае необходимости, может получить информацию для анализа путем проведения анкетирования работников фирмы или потребителей ее продукции (услуг), изучения затрат и потерь рабочего времени (фотография рабочего дня, хронометраж) и другими способами.

Анализ всей совокупности документов и собранной информации должен вестись в соответствии с целями конкретной выпускной квалификационной работы, что позволит выявить положительные и отрицательные стороны в деятельности предприятия и получить основу для принятия соответствующих проектных решений.

Для качественного выполнения анализа необходимо иметь информацию о деятельности предприятия за отчетный и предыдущий периоды, а если возможно за несколько лет. Анализ необходимо сопровождать выводами, диаграммами, графиками и т.д.

Анализ каждого направления деятельности предприятия рекомендуется проводить по следующей схеме:

- а) цель и задачи анализа.
- б) исходные данные для анализа (приводятся, как правило, в таблице).
- в) выполнение необходимых расчетов и проведение анализа с указанием причин изменения тех или иных анализируемых показателей.
- г) выводы по результатам анализа.

Раздел 3. Анализ конкретных направлений маркетинговой деятельности предприятия

На данном этапе прохождения практики необходимо собрать и проанализировать информацию по конкретным направлениям маркетинговой деятельности предприятия (проблемам), непосредственно связанным с темой выпускной квалификационной работы.

Анализируя конкретные направления маркетинговой деятельности предприятия студент в отчете может отразить следующее:

- задачи службы маркетинга;
- систему организации службы маркетинга;
- задачи и механизм действия подсистемы маркетинговых исследований рынка и возможностей фирмы;
- анализ маркетинговой среды фирмы;
- структуру и функции маркетинговой информационной системы (МИС);
- планирование продукции и товарную политику;
- управление качеством товара;
- стадии жизненного цикла товара и функции маркетинговых служб;
- инновационную политику;
- ассортиментную политику предприятия и направления его ассортиментной стратегии;
- роль посредников в товародвижении;
- условия выбора и интенсивность каналов товародвижения и сбыта;
- требования к торговым посредникам;
- планирование продвижения товара на рынке;
- коммуникационную политику фирмы;
- основные методы реализации изделий (услуг);
- стратегию и тактику фирмы в области рекламы и ее эффективность;
- инструменты стимулирования сбыта;
- ценовую политику и конкуренцию;
- факторы, определяющие решения по ценам;
- ценовую рекламу;

- ценовые гарантии и особые соглашения;
- определение цен на новые изделия и их поведение на рынке;
- систему оценки эффективности деятельности маркетинговых служб предприятия;

Глубина проведения анализа по отдельным направлениям зависит от темы выпускной квалификационной работы. Если, например, темой выпускной работы является совершенствование клиентской политики фирмы, то при проведении анализа нужно обратить особое внимание на систему лидогенерации клиентов, их конвертацию, удержание и возвращение.

При проведении анализа наряду с традиционными методами (такими как: метод сравнения, группировки, цепных подстановок, факторный анализ) могут быть использованы различные экономико-математические методы (корреляционно-регрессионный анализ, теория массового обслуживания, кластерный анализ и др.), графические методы анализа, функционально-стоимостной анализ и т.п.

Для сбора материалов при прохождении преддипломной практики могут быть использованы различные виды документации предприятия, а именно:

- устав организации, в котором определены основные направления ее деятельности, цели, задачи и т.д.;
- пакет отчетных документов, представляемых налоговой инспекции, в том числе баланс предприятия (организации) и приложения к нему, включая отчет о финансовых результатах и их использовании, отчетные данные о состоянии имущества предприятия, движении его средств и др.;
- пояснительная записка, прилагаемая к годовой бухгалтерской отчетности, в которой излагаются применяемые методологические принципы учета отдельных хозяйственных операций и перечисляются основные факторы, повлиявшие в отчетном году на результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние;
- аналитические данные таргетированной и контекстной рекламы;
- аналитические данные из CRM-систем и колл-центра.

Кроме того, студент, в случае необходимости, может получить информацию для анализа путем проведения анкетирования работников фирмы или потребителей ее продукции (услуг), изучения затрат и потерь рабочего времени (фотография рабочего дня, хронометраж) и другими способами.

Анализ всей совокупности документов и собранной информации должен вестись в соответствии с целями конкретной выпускной квалификационной работы, что позволит выявить положительные и отрицательные стороны в деятельности предприятия и получить основу для принятия соответствующих проектных решений.

Раздел 4. Предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия (компании)

На основании выводов, сделанных по результатам анализа и выявивших недостатки и проблемы в маркетинговой деятельности предприятия, студент должен разработать рекомендации и проектные решения, направленные на устранение выявленных недостатков (глава 3 ВКР).

Эта часть работы служит критерием оценки творческого подхода студента к решению поставленных задач.

Возможны различные подходы к этому этапу преддипломной практики. Студент может разработать отдельные (частные) маркетинговые решения, например, внедрение какой-либо технической, коммуникационной или организационной инновации. Можно посвятить этот этап практики сбору материалов для разработки маркетинговой стратегии развития организации или какого-нибудь нового, или существующего направления деятельности (SWOT-анализ, портфельный анализ, ABC-анализ, исследование передового опыта других фирм (организаций) – российских или зарубежных и т. д.). Возможно провести сбор информации для разработки бизнес-плана какого-либо инвестиционного

или инновационного проекта, направленного на повышение эффективности деятельности предприятия. Так же необходим расчет экономической эффективности предлагаемых маркетинговых мероприятий.

На этом этапе студент должен проявить приобретенные в процессе обучения профессиональные компетенции, разработав проектные решения, носящие инновационный характер.

Все необходимые материалы для принятия проектных решений должны быть собраны на этапе прохождения преддипломной практики и по инициативе самого студента. При этом следует иметь в виду, что этих материалов должно быть достаточно для всестороннего и глубокого обоснования предлагаемых проектных решений, в том числе и для расчетов их эффективности, которые должны быть проведены в дальнейшем при написании выпускной квалификационной работы.

7.3. Оформление отчета по практике

Текст работы выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 компьютерным способом – используется текстовый редактор Word, текст оформляется шрифтом TimesNewRoman, размер – 14 пт, начертание нормальное, межстрочный интервал – полуторный. Интервал между абзацами до – 0 пт., после – 0 пт. Форматирование – по ширине. Установка функции «переноса» обязательна. В таблицах размер шрифта – 11-12 пт., интервал одинарный.

Параметры страницы: верхнее поле – 15 мм, нижнее поле – 20 мм, левое поле – 30 мм, правое поле – 10 мм.

Параметры абзаца: первая строка (красная) – отступ 1 см. Для основного текста левая граница абзаца – 0, правая граница – 0. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту работы.

Текст основной части делят на разделы, подразделы и пункты.

Каждый раздел (но не подраздел), а также оглавление, введение, заключение, список использованной литературы и приложения следует начинать *с новой страницы*.

Заголовки разделов: шрифт TimesNewRoman, размер – 16 пт, начертание – полужирное, межстрочный интервал – одинарный, интервал перед – 12 пт, интервал после – 6 пт, абзацный отступ – 0, форматирование – по центру. *Заголовки подразделов:* шрифт TimesNewRoman, размер – 14 пт, начертание – полужирное, межстрочный интервал – одинарный, интервал перед – 6 пт, интервал после – 6 пт, абзацный отступ – 0, форматирование – по центру. **Переносы слов в заголовках не допускаются. Точку в конце заголовка не ставят.** Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Подчеркивать заголовки не следует.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста и обозначаться **арабскими цифрами**.

Пример:

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ
«ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ» И «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» *не нумеруются*.

Подразделы нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и номера подраздела, разделенных точкой.

Пример: 2.3. Анализ внешней среды предприятия

Пункты нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого подраздела. Номер пункта состоит из номеров раздела, подраздела и пункта, разделенных точкой. *Пример:* 2.3.2. Анализ конкурентов

Страницы нумеруют арабскими цифрами. Титульный лист, листы задания, аннотации и оглавления **включают в общую нумерацию** страниц, **но номер страницы на них не ставится**. На последующих страницах **номер проставляют внизу страницы по центру без точки**.

Оформление таблиц

Каждая таблица должна иметь заголовок. В *правом верхнем углу над заголовком таблицы* помещают надпись «Таблица» с указанием номера. **Номер таблицы должен иметь только две цифры:** номер раздела и порядковый номер таблицы. Заголовок таблицы НЕ подчеркивают. Точка в конце заголовка таблицы НЕ ставится.

На все таблицы работы должны быть приведены ссылки в тексте.

Пример: Информация о структуре персонала приведена в табл. 2.5.

При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица» и ее номер и заголовок указывают один раз над первой частью таблицы; над другими частями ставят слова «Продолжение табл.» и ее номер или «Окончание табл.» и ее номер.

Пример: Продолжение табл. 2.3, Окончание табл. 3.5

При продолжении таблицы на следующих страницах головка (шапка) таблицы каждый раз полностью повторяется.

Не разрешается оставлять номер и название таблицы в конце страницы, а саму таблицу переносить на следующую страницу.

Графу «Номер по порядку» или «№ п/п» в таблицу НЕ включают. При необходимости нумерации показателей, параметров или других данных порядковые номера указывают перед их наименованиями. НЕ выделяется также самостоятельная графа «Единица измерения». Сокращения единиц измерения и других слов следует производить на основании требований ГОСТ 7.0.12 – 2011 Библиографическая запись. Сокращения слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила. – М.: Стандартинформ, 2012. – 28 с.

Пример оформления таблицы

Таблица 2.3

Результаты работы фирмы за 2013 и 2012 гг.

Показатель	2012 г.	2013 г.	Отклонение	
			абсол.	относит., проц.
1. Объем оказанных услуг, млн. р.	25,42	26,74	1,32	5,19
2. Среднегодовая выработка одного работающего, тыс. р./чел.	794,37	891,33	96,96	12,2

Рисунки

Все иллюстрации (схемы, графики, диаграммы, эскизы и др.) именуется рисунками.

Номер рисунка должен состоять **из двух цифр:** номер раздела и порядковый номер рисунка.

Название рисунка помещается **под** рисунком, форматирование – по центру.

Пример оформления рисунка

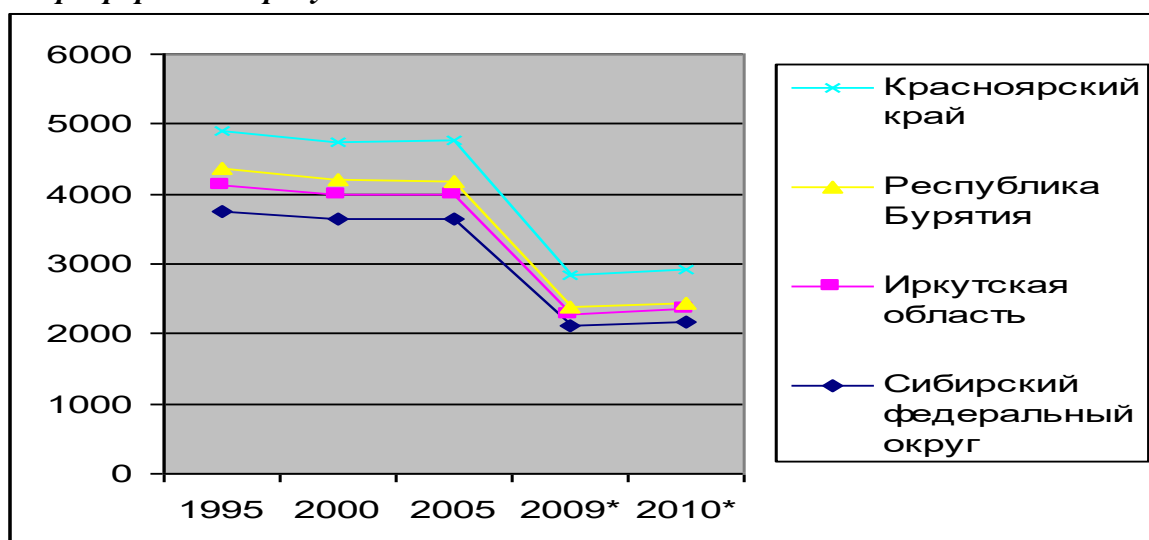


Рис. 2.1. Динамика числа амбулаторно-поликлинических учреждений по регионам

Формулы. Сноски. Ссылки

Формулы выделяются из текста в отдельные строки.

Формулы выполняются в соответствующем редакторе формул, чаще всего в редакторе MicrosoftEquation.

После формулы ставится запятая, с новой строки пишется слово «где» с маленькой буквы, а затем **без всяких знаков препинания** дается пояснение входящих в формулу символов и числовых коэффициентов, начиная с искомой величины.

Номер формулы состоит **из двух цифр**: номера раздела и порядкового номера формулы в разделе, разделенных точкой.

Пример:

Оптимальный размер заказа определяется по формуле Вильсона:

$$Q = \sqrt{\frac{2AS}{I}}, \quad (2.3)$$

где Q - оптимальный размер заказа, шт.;

A - стоимость подачи одного заказа, р.;

S - потребность в товарно-материальных ценностях за определенный период, шт.;

I - затраты на содержание единицы запаса, р./шт.

Расчет по приведенной формуле следует начинать **со следующей** за ней **строки**.

Сноски в тексте располагают с абзацного отступа в конце страницы, на которой они обозначены, и отделяют от текста тонкой горизонтальной линией с левой стороны.

Пример:

«... жизненный цикл продукции³ определяет ...»

³ жизненным циклом продукции называется совокупность процессов создания и потребления продукции определенного вида от начала исследования возможности ее производства до прекращения потребления.

Нумерация сносок отдельная для каждой страницы.

В отчете по практике автор обязательно дает библиографическую **ссылку** на источник, откуда он заимствует материал или отдельные результаты. Новый стандарт, регламентирующий составление библиографических ссылок – ГОСТ Р 7.05-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления» введен в действие с 1 января 2009 г.

Библиографические ссылки могут быть:

- внутритекстовыми;
- подстрочными.

Внутритекстовые ссылки оформляют в тексте работы в квадратных скобках.

Примеры:

М. А. Морозов в учебнике «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме» подчеркивает, что: «Существуют прямо противоположные мнения о влиянии туризма на развитие экономики страны» [8, с. 115].

А. Б. Евстигнеев [13] и Э. В. Гусев [27] считают...

В своей книге Ю. А. Барсов [20, с.29] писал...

Ряд авторов [9, 17, 22] считают...

Подстрочные ссылки применяют в тех случаях, когда в тексте их помещать невозможно, чтобы не усложнять его чтение. Подстрочные ссылки располагают под текстом каждой страницы и отделяют от него пробелом в 1,5 интервала.

Пример:

По мнению А. Ю. Барановой, «...в предпринимательстве под «эффективностью» следует понимать комплекс показателей, количественно представленных как отношение результата к затратам и отражающих прогрессивное развитие организации»¹.

¹ Баранова А. Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства. – М. : ИНФРА-М, 2011. – С. 108.

Пример:

Мотивационные программы для различных категорий персонала могут отличаться как по содержанию, так и по форме.¹

¹Картасова О. Ю., Никонова Т. В., Соломанидина Л. О. Поведение в организации: Учебник. - М. : ИНФРА-М, 1999. - С. 85-92.

Повторные ссылки позволяют упрощать текст путем усечения ссылки или отдельных сведений. Замену ссылки или части ссылки словами «Там же» применяют в тех случаях, когда на одной странице текста повторная ссылка следует за первичной ссылкой на один и тот же документ.

Пример:

¹ Крутик А. Б., Решетова М. В. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. - С. 24.

²Там же, С. 123.

Список использованных источников

В начале списка необходимо привести официально-документальные издания в хронологии их выхода в свет (Конституция, законы, указы, постановления и распоряжения органов государственной власти), а затем привести список монографий, книг, учебных пособий, журнальных и газетных статей, источников из Интернет *по алфавиту* фамилий авторов или заглавий, если автор не указан.

В список использованных источников включаются источники, которые автор изучал, использовал и цитировал по тексту (на которые имеются ссылки в тексте).

Элементы и знаки библиографического описания **книги**.

Примеры:

1) Книга одного, двух или трех авторов

Сухов Р. И. Организация работы туристического агентства : учеб. пособие / Р. И. Сухов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : МарТ, 2005. – 141 с.

Винокуров М. А. Экономика Сибири (1900-1928) / М. А. Винокуров, А. П. Суходолов. – Новосибирск : Наука : Сиб. изд. фирма РАН, 1996. – 320 с.

Панкратов В. Г. Практикум по коммерческой деятельности: учеб. пособие / В. Г. Панкратов, Е. В. Васькин, В. Г. Шатурин. – М. : Маркетинг, 2008. – 248 с.

2) Книга, имеющая более трех авторов

Теория статистики: учеб. / Е. Б. Шувалова [и др.]; под ред. Р. А. Шмойновой. – 3-е изд., перераб. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 558 с.

3) Книга под редакцией

Маркетинг: учебник / под ред. А. В. Симонова. – М. : Омега, 2009. – 654 с.

5.6.3. Элементы и знаки библиографического описания статьи.

Примеры:

1) Описание статьи из журнала

Борисов О. И. Системный учет налоговых аспектов в управлении деятельностью банка / О. И. Борисов // Банковское дело. – 2010. – № 4. – С. 39-45.

Сафонов В. А. О состоянии банковской системы и развитии банковских продуктов / В. А. Сафонов, Ю. Г. Максудов, М. Ю. Дигайлов // Деньги и кредит. – 2009. – № 12. – С. 60-64.

2) Описание статьи из газеты, имеющей более 8 страниц

Кваша Ю. Сущность налогового контроля / Ю. Кваша, С. Носов // Налоги. – 2005. – авг. (№ 30). – С. 4-5.

3) Описание статьи из газеты, имеющей не более 8 страниц

Гиряев Д. М. Лесное хозяйство в годы войны / Д. М. Гиряев // Лесная газета. – 2003. – 12 мая.

4) Описание официального документа

Об условиях оплаты труда руководителей государственных предприятий при заключении с ними трудовых договоров (контрактов): постановление Правительства РФ от 27 марта 1994 года № 210 // Российская газета. – 1995. – 29 авг.

5) Описание статьи из сборника

Казарина Л. А. О некоторых особенностях и проблемах менеджмента в сфере услуг / Л. А. Казарина, Т. А. Туренко // Сфера услуг: состояние, проблемы, перспективы: сб. науч. тр.; под ред. Т. Д. Бурменко. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. – С. 90-94.

6) Описание статьи из продолжающегося издания

Сидоренко Н. И. Приватизация государственных предприятий: опыт Франции / Н. И. Сидоренко // Труды. / Ин-т законодательства и сравнит. правоведения при Верховном Совете РФ. – 1993. – № 54. – С. 15-28.

7) Описание статьи из материалов научной конференции

Кравцова Е. В. Факторы, ограничивающие развитие малого предпринимательства в России / Е. В. Кравцова // Актуальные проблемы управления – 2010: Материалы междунар. науч.-практ. конф. Москва, 24-25 октября 2010 г. – М. : Изд-во ГУУ, 2010. – Вып. 1. – С. 49-59.

5.6.4. Элементы и знаки описания Интернет-источников.

Примеры:

1) Описание сайта

Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] Центр информ. технологий РГБ; ред. Т. В. Власенко; web-мастер Н. В. Козлова. – М. : Рос. гос. б-ка, 1997. – Режим доступа : <http://www.rsl.ru>. – (17.12.2010).

2) Описание электронного учебника с сайта Интернет

Степанов В. К. Применение Интернета в информационной деятельности [Электронный ресурс]: интерактивный учебник / В. К. Степанов. – Режим доступа : <http://www.libs.ru/doc/textbus>. – (8.01.2011).

3) Описание других источников с сайта Интернет

Дронов Р. К. Оценка финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] / Р. К. Дронов, А. И. Разник, Е. М. Бунина. – М. : Финансы и статистика, 2007. – Режим доступа: <http://www.spsl.nsk.ru>. – (5.01.2010).

Можаева Г. В. Анализ системы подготовки специалистов в Италии и Германии [Электронный ресурс] / Г. В. Можаева. – М. : Наука, 2009. – Режим доступа : <http://www.ecsoman.endu.ru>. – (25.12.2010).

5.6.5. Элементы и знаки описания законодательных актов.

Примеры:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. – М. : ЭКСМО, 2008. – 733 с.
2. Об обществах с ограниченной ответственностью: Федеральный закон РФ. – М. : ОМЕГА-Л, 2005. – 48 с.

Более подробно правила оформления списков литературы приведены в источнике «Библиографическое оформление научных работ : крат. метод. рекомендации / сост. А. В. Боровлева, Т. Н. Волкова. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2008, размещенном на сайте БГУ isea.ru / Библиотека / Научному работнику / Библиографическое оформление научных работ.

Пример оформления списка использованных источников приведен в Приложении 8.

Приложения

Приложения оформляются после заключения и списка использованной литературы.

Приложения нумеруют арабскими цифрами в верхней части страницы справа.

Пример:

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Штатное расписание

Каждое приложение следует начинать с новой страницы.

Каждое приложение должно иметь название, которое располагают по центру страницы после номера приложения.

Все приложения должны быть перечислены в оглавлении работы с указанием их номеров и названий. Пример: ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Образец оформления оглавления.

На всех листах приложений ставятся номера страниц. Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц. В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. *Пример:* Основные показатели деятельности фирмы приведены в Приложении 7.

Количество страниц отчета по практике рассчитывается без приложений!

Описание показателей, критериев и шкал оценивания сформированности компетенций при выполнении и защите отчета по практике

П.1.1 Согласование графика

2 балла выставляется в том случае, если обучающийся согласовал рабочий график с руководителем практики от университета и профильной организации в течение двух дней со дня начала практики;

1 балл выставляется в том случае, если обучающийся согласовал рабочий график с руководителем практики от университета и профильной организации в течение недели со дня начала практики.

П.1.2 Согласование индивидуального задания

3 балла выставляется в том случае, если обучающийся согласовал индивидуальное задание с руководителем практики от университета и профильной организации в течение двух дней со дня начала практики;

2 балла выставляется в том случае, если обучающийся согласовал индивидуальное задание с руководителем практики от университета и профильной организации в течение недели со дня начала практики;

1 балл выставляется в том случае, если обучающийся согласовал индивидуальное задание с руководителем практики от университета и профильной организации в течение двух недель со дня начала практики.

П.2.1 Статус, организационно-правовая форма предприятия, цели и задачи предприятия, основные виды деятельности

4-3 баллов выставляется в случае, если обучающийся привел адекватные ссылки на нормативные документы и правовые документы, регламентирующие деятельность организации и описал цели, задачи и основные виды деятельности;

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся привел неадекватные ссылки на нормативные документы и правовые документы, регламентирующие деятельность организации и описал цели, задачи и основные виды деятельности;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не привел ссылок на нормативные документы и правовые документы, регламентирующие деятельность организации и не описал цели, задачи и основные виды деятельности, но использовал их данные в минимальном объеме.

П.2.2 Анализ внешней и внутренней среды организации

2-1 баллов выставляется в случае проведения полного и точного анализа внутренней и внешней среды организации с использованием эмпирического материала. При анализе внутренней среды рассмотрены направления и характер деятельности, форма собственности; основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; объем производства или оказываемых услуг; численность персонала и другие внутренние

переменные. При анализе внешней среды правильно используются несколько методов для полного описания внешних переменных;

0 баллов выставляется в случае проведения неполного и неточного анализа внутренней и внешней среды организации с использованием теоретического материала. Приведенный материал в целом оторван от практики.

П.2.3 Состав подразделений предприятия и их краткая характеристика (по мере необходимости)

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся научным стилем описал состав подразделений и дал их краткую характеристику;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не описал состав подразделений и не дал их краткую характеристику.

П.2.4 Организационная структура предприятия

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся нарисовал организационную структуру предприятия и обосновал её название;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся нарисовал организационную структуру предприятия и не обосновал её название.

П.2.5 Организация групповой работы в организации

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся научным стилем описал систему групповой работы на компьютерах и выявил её преимущества и недостатки;

1-0 баллов выставляется в случае, если обучающийся научным стилем описал систему групповой работы на компьютерах и не выявил её преимущества и недостатки.

П.2.6 Групповые конфликты

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил причины групповых конфликтов и обосновал пути их разрешения;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил причины групповых конфликтов и не обосновал пути их разрешения.

П.3.1 Анализ влияния факторов макросреды на экономическую деятельность предприятия

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил факторы макросреды, влияющие на экономическую деятельность предприятия в ближайшем будущем;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не выявил факторы макросреды, влияющие на экономическую деятельность предприятия в ближайшем будущем.

П.3.1 Анализ влияния факторов макросреды на экономическую деятельность предприятия

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил факторы макросреды, влияющие на экономическую деятельность предприятия в ближайшем будущем;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не выявил факторы макросреды, влияющие на экономическую деятельность предприятия в ближайшем будущем.

П.3.2 Анкетирование работников фирмы или потребителей ее продукции (услуг), изучение затрат и потерь рабочего времени (фотография рабочего дня, хронометраж)

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал анкеты, провёл анкетирование работников и потребителей, и сделал выводы;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал анкеты, не провёл анкетирование работников и потребителей, и не сделал выводы.

П.3.3 Анализ баланса и расчёт финансово-экономических показателей

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся провёл анализ баланса и рассчитал финансовые и экономические показатели;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не провёл анализ баланса и не рассчитал финансовые и экономические показатели.

П.3.4 Анализ инвестиционных проектов на предприятии

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся проанализировал, имеющиеся на предприятии инвестиционные проекты;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не проанализировал, имеющиеся на предприятии инвестиционные проекты.

П.3.5 Анализ всех видов издержек предприятия

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся разложил издержки на постоянные и переменные, и произвёл расчёт точки безубыточности;

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся разложил издержки на постоянные и переменные, но не произвёл расчёт точки безубыточности.

П.3.6 Анализ рисков при инвестировании

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся проанализировал инвестиционные риски и предложил способы их снижения;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не проанализировал инвестиционные риски и не предложил способы их снижения.

П.3.7 Анализ полноты разработки бизнес-планов на предприятии

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся проанализировал полноту всех пунктов бизнес-планов и предложил способы их наполнения;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не проанализировал полноту всех пунктов бизнес-планов.

П.4.1 Анализ конкретных направлений маркетинговой деятельности предприятия

10-9 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил перспективные направления маркетинговой деятельности, влияющие на устойчивую деятельность предприятия в ближайшем будущем, оригинальность – более 95%;

8-7 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил перспективные направления маркетинговой деятельности, влияющие на устойчивую деятельность предприятия в ближайшем будущем, оригинальность – более 80%;

6-5 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил перспективные направления маркетинговой деятельности, влияющие на устойчивую деятельность предприятия в ближайшем будущем, оригинальность – более 70%;

4-3 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил перспективные направления маркетинговой деятельности, влияющие на устойчивую деятельность предприятия в ближайшем будущем, оригинальность – более 50%;

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся выявил перспективные направления маркетинговой деятельности, влияющие на устойчивую деятельность предприятия в ближайшем будущем, оригинальность – более 30%;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не выявил перспективные направления маркетинговой деятельности, влияющие на устойчивую деятельность предприятия в ближайшем будущем, оригинальность.

П.4.2 Поиск маркетинговых партнеров для компании

5-4 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал критерии выбора стратегических партнёров для предприятия, разработал способы их привлечения и практически реализовал партнёрский маркетинг;

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал критерии выбора тактических партнёров для предприятия, разработал способы их привлечения и практически реализовал партнёрский маркетинг;

1-0 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал критерии выбора партнёров для предприятия и разработал способы их привлечения.

П.5.1 Разработка внедрения какой-либо технической, коммуникационной или организационной инновации

5-4 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал план внедрения и практически внедрил технические, коммуникации и организационные изменения в деятельности предприятия;

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал план внедрения и практически внедрил технические изменения в деятельности предприятия;

1-0 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал план внедрения, но практически не внедрил технические изменения в деятельности предприятия.

П.5.2 Сбор материалов для разработки маркетинговой стратегии развития организации

5-4 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал план сбора материалов и практически проводил сбор материалов для разработки маркетинговой стратегии с эмпирических источников;

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал план сбора материалов, но практически не проводил сбор материалов для разработки маркетинговой стратегии с эмпирических источников;

1-0 баллов выставляется в случае, если обучающийся частично разработал план сбора материалов.

П.5.3 Сбор информации для разработки бизнес-плана какого-либо инвестиционного или инновационного проекта, направленного на повышение эффективности деятельности предприятия

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся провёл в полном объёме сбор информации для разработки бизнес-плана;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся провёл частично сбор информации для разработки бизнес-плана.

П.5.4 Разработка отдельных частей маркетингового решения

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал маркетинговые решения по всему комплексу маркетинга;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал маркетинговые решения по определённой части комплекса маркетинга.

П.5.5 Разработка основ бизнес-плана нового направления на предприятии

1 балл выставляется в случае, если обучающийся разработал основные положения бизнес-плана нового направления;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не разработал основные положения бизнес-плана нового направления.

П.5.6 Оценка инвестиционных проектов по методике ЮНИДО

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся оценил инвестиционные проекты по всем показателям;

1-0 баллов выставляется в случае, если обучающийся оценил инвестиционные проекты только по части показателей.

П.5.7 Разработка маркетинговых стратегий с учётом других функциональных стратегий на предприятии

2-1 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал маркетинговые стратегии и согласовал их со всеми другими функциональными подразделениями предприятия;

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся разработал маркетинговые стратегии, но не согласовал их со всеми другими функциональными подразделениями предприятия.

П.6.1 Письменное оформление отчёта (презентация)

9-10 баллов выставляется в случае, если обучающийся оформил отчет полностью в соответствии с требованиями ГОСТ;

7-8 баллов выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст;

5-6 баллов выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст, неверно оформил заголовки и подзаголовки, абзацные отступы, таблицы и рисунки;

3-4 баллов выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст, неверно оформил заголовки и подзаголовки, абзацные отступы, таблицы и рисунки, сноски и список использованных источников;

1-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст, неверно оформил заголовки и подзаголовки, абзацные отступы, таблицы и рисунки, сноски и список использованных источников, приложения.

0 баллов выставляется в случае, если обучающийся грубо нарушил оформления отчёта.

П.7.1 Доклад перед комиссией

5-4 баллов выставляется в случае, если обучающийся грамотно построил свой доклад с учётом композиции и ссылался на презентацию;

3-2 баллов выставляется в случае, если обучающийся удовлетворительно построил свой доклад и ссылался на презентацию;

1-0 баллов выставляется в случае, если обучающийся не удовлетворительно построил свой доклад и не ссылался на презентацию.

П.7.2 Ответы на вопросы экзаменаторов

15-14 баллов выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается зарубежный и отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

13-12 балла выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

11-10 балл выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается опыт предприятия, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

9-8 баллов выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным

7-6 баллов выставляется за обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме. При этом ответ по существу является правильным;

5-4 баллов выставляется за краткий ответ, который не подкреплён ссылками на отечественный опыт или мнением различных авторов, но по существу является верным;

3-2 балла выставляется за частично правильный ответ на вопрос, содержащий отдельные неточности, либо за ответ, полученный с использованием наводящих вопросов;

1-0 балл выставляется за попытку дать ответ на вопрос, но по существу

неверный ответ на него, связанный с непониманием или неверной трактовкой теоретических положений или неверной интерпретацией эмпирических данных, результатов расчетов и т.п. или в случае отсутствия ответа на вопрос.