

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
**РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА**



Утверждено  
на заседании Совета факультета экономики  
торговли и товароведения  
протокол № 4 от «14» 09 2013 г.  
Председатель совета  
И.В. Денисов

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ ТОРГОВЛИ И ТОВАРОВЕДЕНИЯ**

**КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ  
Б5.П. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

Разработана на основе документации, переданной из ФГБОУ ВПО РГТЭУ в результате реорганизации в форме присоединения к ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в соответствии с приказом Министерства образования и науки № 1075 от 20.12.2012г.

**Направление подготовки 100700-ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**Профиль подготовки      МАРКЕТИНГ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Квалификация (степень) выпускника БАКАЛАВР**

МОСКВА – 2013

СОСТАВИТЕЛИ: Парамонова Т.Н., зав. кафедрой технологий и управления продажами, д.э.н., профессор  
Зинцова М.В., к.э.н., доц.

РЕЦЕНЗЕНТЫ: К.Э.Н. ПРОФЕССОР КРАСЮК ИРИНА НИКОЛАЕВНА

ФГБОУ ВПО «МЭСИ»

К.Т.Н., ДОЦЕНТ К:АЛАЧЕВ СЕРГЕЙ ЛЬВОВИЧ

ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В.ПЛЕХАНОВА»

Производственная практика входит в обязательный раздел «Б.5. Практики, НИР» ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело», профилю «Маркетинг в торговой деятельности», (квалификация) степень) «бакалавр») и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственная практика определена ООП вуза в количестве 3 зачетных единиц, длительностью прохождения 2 недели: в 6 семестре для очной формы обучения, в 8 семестре для очно-заочной формы обучения. Цели и задачи, формы проведения и отчетности сформулированы в программе производственной практики.

Производственная практика проводится в сторонних организациях или на кафедрах и в специализированных аудиториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

При проведении аттестации по итогам практики выявляются сформированные общекультурные и профессиональные компетенции. Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты выполненной работы: по производственной практике - преддипломной практике - на основании отзыва-характеристики с места практики, дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики, а также на основании представления в комиссию по защите практики.

По результатам аттестации выставляется дифференцированный зачет.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 100700.62 – «Торговое дело»

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Технологий и управления продажами,

протокол № 2 от «24» сентября 2013 г.

Заведующий кафедрой



Т.Н. Парамонова

(подпись)

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры технологий и управления продажами,  
протокол № 2 от «27» сентября 2013 г.

Заведующий кафедрой

Т.Н. Пармонова  
(подпись)

Пармонова Т. Н.  
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета экономики торговли и товароведения,  
протокол № 6 от «25» февраля 2014 г.

Председатель

И.В. Денисов  
(подпись)

Денисов И. В.

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры технологий и управления продажами,  
протокол № 10 от «16» августа 2014 г.

Заведующий кафедрой

Т.Н. Пармонова  
(подпись)

Пармонова Т. Н.  
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета экономики торговли и товароведения,  
протокол № 1 от «30» августа 2014 г.

Председатель

И.В. Денисов  
(подпись)

Денисов И.В.  
(Ф.И.О.)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры технологий и управления продажами,  
протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Пармонова Т. Н.  
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета экономики торговли и товароведения,  
протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Председатель

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Денисов И.В.  
(Ф.И.О.)

## 1. ЦЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Цель производственной практики – закрепить теоретические знания, полученные студентами за время обучения в РЭУ им. Г.В. Плеханова, сформировать умения применять их в профессиональной деятельности, а также необходимые общекультурные и профессиональные компетенции.

## 2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

В задачи производственной практики входят:

изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;

участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;

изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;

участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;

сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;

критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам. При этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;

разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия;

получение положительной аттестации от руководства организации с целью дальнейшего устройства на работу.

## 3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Производственная практика входит в раздел «Б.5. Практики, НИР» ФГОС – ВПО по направлению подготовки 100700 «Торговое дело».

Производственная практика является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом. Практика выпускников осуществляется на функциональных рабочих местах в соответствии со специализацией и квалификацией бакалавра. Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за её организацию и проведение.

Прохождение производственной практики базируется на освоении следующих дисциплин: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Логистика», «Менеджмент», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Рекламная деятельность», «Управление маркетингом», «Маркетинговые исследования», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Маркетинг предприятий различных видов деятельности», «Маркетинг торгового предприятия», «Мерчандайзинг и реклама в местах продаж», «Поведение потребителей», «Брендинг» и учебной практики.

Требования к «входным» знаниям, умениям и компетенциям студента, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ООП и необходимым при освоении программы производственной практики:

Студент должен **знать** и **уметь** применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических, естественных, правовых и технологических дисциплин в маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Студент должен **владеть**: основными теоретическими понятиями предшествующих дисциплин, экономическими, статистическими и управленческими методами, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.

#### **4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Производственная практика проводится в форме профессиональной деятельности студентов на функциональных рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на предприятиях торговли разных форм собственности.

#### **5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

В качестве баз производственной практики выбираются предприятия отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки студента и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Местом прохождения производственной практики могут быть различные организации, занимающиеся маркетинговой деятельностью на рынке товаров и услуг, а также центры и НИИ, проводящие маркетинговые исследования по заказу предприятия.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого деканатом перечня таких организаций или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия на проведение практики с указанием названия предприятия, его адреса, телефона для осуществления контроля со стороны института. Выбор места прохождения производственной практики согласуется с научным руководителем выпускной квалификационной работы для последующего получения от него индивидуального задания. Главным условием выбора места прохождения производственной практики является то обстоятельство, что объектами будущей профессиональной деятельности должны быть: предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общества), некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности. На период практики студент может быть зачислен на вакантную должность в соответствии с заданием по практике.

Производственная практика студентов проводится на предприятиях в сроки, установленные графиком учебного процесса.

Трудоёмкость производственной практики – 3 зачетных единицы 108 часов:

для очной формы обучения – в 6 семестре в течение 2-х недель;

для очно-заочной формы обучения – в 4 семестре в течение 2-х недель.

#### **6. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

В результате прохождения данной производственной практики студент должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

##### ***а) общекультурные (ОК):***

владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);

готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способность проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);

способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовность нести за них ответственность (ОК-4);

осознание сущности и значением информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);

**б) профессиональные компетенции (ПК):**

**общефессиональными:**

способность применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1);

умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);

**торгово-технологическая деятельность:**

способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3);

способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);

готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);

**организационно-управленческая деятельность:**

способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);

способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);

способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью (ПК-11);

готовность работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления (ПК-12);

способность обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);

**логистическая деятельность**

готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15);

**научно-исследовательская деятельность:**

способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16).

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, продолжительность - 2 недели.

| № п/п | Этапы практики | Виды производственной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и | Формы текущего контроля |
|-------|----------------|--|-------------------------|
|-------|----------------|--|-------------------------|

|   |  | трудоемкость<br>(в часах) |    |    |  |
|---|--|---------------------------|----|----|--|
| 1 | Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности, консультацию по организации производственной практики  | 12                        |    |    |  |
| 2 | Производственная практика, включающая выполнение производственных заданий, сбор, обработку и систематизацию фактического материала, наблюдения, измерения и другие выполняемые студентом самостоятельно виды работ |                           | 78 |    | Собеседование, проверка дневников, оценка выполнения текущих заданий |
| 3 | Подготовка отчета по практике  |                           |    | 12 | Проверка отчета  |
| 4 | Защита отчета по практике  |                           |    |    | 6<br>Дифференцированный зачет  |

## 8. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

В ходе практики студенты используют навыки конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Производственная практика осуществляется в соответствии с задачами профессиональной деятельности маркетолога.

В процессе прохождения производственной практики студент - маркетолог изучает следующие вопросы деятельности предприятия в соответствии с полученной подготовкой и функциональными обязанностями на занимаемом рабочем месте:

анализирует рыночную ситуацию и выявляет факторы, обеспечивающие конкурентоспособность предприятия на рынке;

исследует эффективность маркетинговой деятельности предприятия в отношении товарной политики, ценообразования, коммуникативной политики, а также анализирует сбытовую деятельность предприятия;

изучает и анализирует структуру управления предприятием и места службы маркетинга на предприятии;

при прохождении практики в центрах маркетинговых исследований студенты принимают участие в проводимых исследованиях, обработке данных и составлении отчетов по заданию руководителя практики.

Основное внимание практикант должен уделить:

наблюдению и освоению методов, технологии работы, профессиональных приемов, используемых специалистами - маркетологами;

разработке предложений по совершенствованию работы подразделения (предприятия) в целом.

### Содержание производственной практики

1) Общая характеристика предприятия.

История его создания и развития, миссия, основные цели и перспективные направления развития, организационно-правовая форма собственности; организационная структура управления и состав основных функциональных служб; характеристика основных

направлений деятельности и показатели результатов хозяйственной деятельности; ассортимент товаров и услуг, целевые рынки предприятия; численность работающего персонала; общая характеристика потребителя и другие отличительные признаки.

#### 2) Внешняя среда предприятия

Особенности внешней среды; характеристика основных поставщиков товаров, главных конкурентов с учетом их сильных и слабых сторон деятельности в отношении товаров, цены, каналов сбыта и продвижения товаров на рынках; потребителей товаров (услуг).

#### 3) Служба маркетинга.

Функции, направления деятельности и решаемые задачи; примеры выполненных исследований и полученных результатов; аналитические обзоры (если они есть), связанные с изучением внешней среды, конкуренции, рынка в целом, и в частности, потребительского рынка, сильных и слабых сторон предприятия.

#### 4) Основные направления маркетинговой деятельности предприятия.

Опыт изучения рынка (сегмента рынка) товаров (услуг) специалистами предприятия, применяемые методы и их эффективность; применение маркетинга, его концепций, состояние информационного обеспечения; анализ ассортимента предлагаемых товаров; опыт составления конъюнктурных отчетов; ценовая политика предприятия по конкретным товарам (услугам); политика распределения предприятия; организация обслуживания покупателей; рекламная деятельность по товарам (услугам) своего ассортимента; система стимулирования сбыта; анализ деятельности персонала предприятия в области управления маркетингом; оценка конкурентоспособности товара и фирмы.

#### 5) Сбор материалов для выполнения выпускной квалификационной работы.

Практические материалы по определению рыночного сегмента, товарного ассортимента, стратегий ценообразования, формированию коммуникативной политики, управлению торговым предприятием и другие, оформляются в виде таблиц, графиков, рисунков, анализируются и используются для написания выпускной квалификационной работы.

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

Обеспечивая защиту информации, студентам не следует приводить в отчете сведения, относящиеся к разделу коммерческой тайны торгового предприятия.

### **Требования к отчету по производственной практике**

В отчете о производственной практике содержатся результаты проделанной студентами самостоятельной работы с приложением необходимых данных и расчетов, а также выводы и предложения по улучшению работы базового предприятия и его маркетинговой службы.

Отчет состоит из двух частей. В первой содержатся общие сведения о базовом предприятии, его организационной структуре и органах управления, направлениях деятельности, положении на рынке, структуре и функциях финансовой службы, а также цели и задачи производственной практики.

Во второй части приводятся результаты по заданиям практики в соответствии с календарно-тематическим планом, включая необходимые расчеты и таблицы и исходные данные к ним, оформленные в виде приложений.

Завершают отчет выводы и предложения. Отчет проверяется и визируется руководителем практики от предприятия.

Отчет по практике излагается грамотно, кратко и четко, логически последовательно. Объем работы должен составлять 35-40 страниц (не более) машинописного текста (14 шрифтом через полтора интервала). Количество страниц дополнительных приложений к работе (рекламные листки, документы и т.д.) не ограничивается. Количество строк на одной странице должно составлять 28-30, а число знаков в строке - 57-60 с учетом интервалов.

Отчет по практике должен быть представлен на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А-4 размером 21х30. Каждая страница работы должна иметь поля: левое, правое, верхнее, нижнее (соответственно размером не менее 30, 10, 15 и 20 мм). Все



страницы нумеруются, начиная с титульного листа (номер страницы на нем не проставляется). Цифра, соответствующая порядковому номеру страницы, проставляется в середине верхнего поля между знаками “тире” или в правом верхнем углу страницы.

Страницы с иллюстративным материалом - рисунками, схемами, диаграммами, таблицами и т.д. - включаются в общую нумерацию.

Формулы должны быть вписаны в текст разборчиво, обязательно черными чернилами или тушью. Прописные и строчные буквы, надстрочные и подстрочные индексы в формулах должны обозначаться четко. Размеры знаков для формул рекомендуются следующие: прописные буквы - 7-8 мм; строчные - 4 мм; показатели степени и индексы - не менее 2 мм.

Требования к оформлению табличного материала:

- цифровой материал, используемый в работе, желательно приводить в виде таблиц, включаемых в основную часть работы или в приложение;
- таблицы, входящие в основной текст работы, должны иметь сплошную порядковую нумерацию, в тексте делаются ссылки на таблицу;
- таблица должна иметь название, отражающее ее содержание, которое помещается над таблицей;
- в работе может быть приведена таблица, заимствованная из отчета предприятия;
- помещенные в работе рисунки и схемы должны иметь свою порядковую нумерацию, причем номер рисунка и его название помещаются под рисунком.

Графики, рисунки и схемы выполняются черной тушью, чернилами или черной шариковой ручкой (в том случае, если нет компьютерного набора).

## **10. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

По итогам практики студент представляет руководителю для проверки следующую отчетную документацию:

- отчет о прохождении производственной практики;
- отзыв-характеристика руководителя практики от базового предприятия, заверенный печатью;
- график и календарно-тематический план производственной практики.

Отчет, допущенный к защите руководителем практики от университета, защищается в комиссии, состоящей из двух преподавателей кафедры "Технологии и управления продажами".

К защите допускаются студенты, полностью выполнившие программу практики, своевременно представившие отчет по установленной форме. Срок защиты отчета по производственной практике – в течение 5 дней после окончания срока практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по производственной практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к сдаче итогового междисциплинарного экзамена и защите выпускной квалификационной работы.

## **11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

а) основная литература:

1. Маркетинг. Учебник./Колл. авторов под ред. проф. Парамоновой Т.Н, – М.: КНОРУС, 2008.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник для вузов. – СПб: Питер, 2010.

б) дополнительная литература:

1. Голубков В.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. Учебник. – М.: Финпресс, 2008.
2. Капон Н., Колчанов В.Б., Макхалберт Д. Управление маркетингом: учебник для вузов. – СПб, Питер, 2010.
3. Матанцев А.Н. Маркетинговый анализ: настольная книга маркетолога. – М: Альфа-Пресс, 2007.
4. Соловьев Б.А. Маркетинг. Учебник. – М.: Инфра-М, 2009.

5. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир».

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

[WWW.ADWERTOLOGY.RU](http://WWW.ADWERTOLOGY.RU)

[WWW.E-EXECUTIVE.RU/WORKSHOP](http://WWW.E-EXECUTIVE.RU/WORKSHOP)

[WWW.MARKETING.RU](http://WWW.MARKETING.RU)

[WWW.TACISINFARU.RU/CASE](http://WWW.TACISINFARU.RU/CASE)

[WWW.RECTECH.RU](http://WWW.RECTECH.RU)

[WWW.SOSTAV.RU](http://WWW.SOSTAV.RU)

[WWW.4P.RU](http://WWW.4P.RU)

[WWW.MARKETINGANDRESEARCH.RU](http://WWW.MARKETINGANDRESEARCH.RU)

[WWW.PCWEEK.RU](http://WWW.PCWEEK.RU)

[WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN\\_SIZE.PDF](http://WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN_SIZE.PDF)

[WWW.CFIN.RU](http://WWW.CFIN.RU)

[WWW.DIS.RU/IM/MARKETING](http://WWW.DIS.RU/IM/MARKETING)

[WWW.MARKETING.SPB.RU](http://WWW.MARKETING.SPB.RU)

[WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN\\_OPTIMIZE.PDF](http://WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN_OPTIMIZE.PDF)

## **12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Для проведения производственной (преддипломной) практики соответствующее подразделение оснащается техническими средствами, необходимыми для выполнения целей и задач практики: стационарными компьютерами с периферией (принтерами, сканерами, программным обеспечением).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению «Торговое дело» и профилю подготовки «Маркетинг в торговой деятельности» (степень – бакалавр).