

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ, протокол
№ 9 от 21 марта 2026 г.*

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИЯ»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)
ПРАКТИКИ**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО,
ПРОФИЛЬ «ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ТОРГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

УРОВЕНЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – БАКАЛАВРИАТ

**ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ – ОЧНАЯ, ОЧНО-ЗАОЧНАЯ,
ЗАОЧНАЯ**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A9E2DAF91A2F57E988B751E574CFCC
Владелец: Бучаев Ахмед Гамидович
Действителен: с 23.09.2025 до 17.12.2026

Махачкала – 2026

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

Составитель – Атаева Аида Уллубиевна, руководитель основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности».

Внутренний рецензент – Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

Внешний рецензент – Нажмутдинова Саидат Абдулаевна, кандидат экономических наук, доцент, заместителя декана факультета управления ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

Представитель работодателя – Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, генеральный директор АНО «Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва».

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности», разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриатом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. №963 и на основании приказа Минобрнауки России от 06.04.2021г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности», размещена на сайте www.dgunh.ru

Атаева А.У. Рабочая программа производственной (преддипломной) практики для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2026, 26 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 10 марта 2026 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Цифровые технологии в торговле и логистике», Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 24 февраля 2026 г., протокол № 6.

Содержание

1. Вид практики, способ и формы ее проведения	4
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
3. Место практики в структуре образовательной программы	6
4. Объем практики и ее продолжительность	11
5. Содержание практики	13
6. Формы отчетности по практике	14
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	14
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	19
9. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных, используемых при проведении практики	22
10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики	23
Лист актуализации рабочей программы производственной (преддипломной) практики	25

1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Производственная (преддипломная) практика обучающихся является составной частью основных профессиональных образовательных программ высшего образования при подготовке бакалавров.

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная.

Способ проведения практики – стационарная и выездная.

Форма проведения практики – дискретная, путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Место проведения практики.

Производственная (преддипломная) практика проводится в организациях любых организационно-правовых форм, осуществляющих деятельность по профилю основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

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

Производственная (преддипломная) практика проводится в форме профессиональной работы студентов на рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на основе индивидуальных заданий. Основными методами изучения деятельности предприятия является личное наблюдение, ознакомление с коммерческой документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером (ассистентом, стажером) и т.д.

Практика проводится в форме профессиональной работы студентов на рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на основе индивидуальных заданий. Основными методами изучения деятельности предприятия является личное наблюдение, ознакомление с коммерческой документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером (ассистентом, стажером) и т.д. На период практики студент может быть зачислен на вакантную должность, соответствующую заданию по практике.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Практика может быть организована полностью или частично с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики, как со стороны университета, так и со стороны профильной организацией.

При реализации производственной (преддипломной) практики образовательная деятельность организована в форме практической подготовки.

Производственная (преддипломная) практика проводится на предприятиях в сроки, установленные календарным учебным графиком.

Прохождение практики предусматривает, в том числе при опосредствованном (на расстоянии) взаимодействии:

- контактную работу 216 академических часов.

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

Производственная (преддипломная) практика проводится в *целях* закрепления и углубления теоретических знаний студентов, приобретения ими профессиональных умений и опыта в сфере профессиональной деятельности, навыков сбора, обработки и оценки информации, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы, навыков оценки эффективности бизнес-процессов, разработки проектов профессиональной деятельности, разработки инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности.

Основными *задачами* производственной (преддипломная) практики являются:

- ✓ приобретение опыта сбора и обработки практического материала для написания выпускной квалификационной работы;
- ✓ обеспечение преемственности и последовательности в изучении теоретического и практического материала, комплексного подхода к предмету изучения;
- ✓ овладение профессиональными практическими умениями и навыками в организации производства, а также передовыми методами труда.

Процесс прохождения производственной (преддипломной) практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Интернет-маркетинг в торговой деятельности»:

Код компетенции	Формулировка / Наименование компетенции
ПК	Профессиональные компетенции
<i>ПК-1. Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий</i>	
ИПК-1.1	Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга
ИПК-1.2	Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
<i>ПК-2 .Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения</i>	
ИПК-2.1	Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках
ИПК-2.2	Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков
ИПК-2.3	Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству
<i>ПК-3. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде)</i>	
ИПК-3.1	Проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе
ИПК-3.2	Применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения поставленных задач, в том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании

<i>ПК-4. Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения</i>	
ИПК-4.1	Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет
ИПК-4.2	Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты
ИПК-4.3	Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие умения и практические навыки:

<i>Код и наименование компетенции выпускника</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</i>	
		<i>Умения</i>	<i>Навыки или практический опыт деятельности</i>
ПК-1. Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий	ИПК-1.1 Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга	определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	проводить полевые и кабинетные исследования
	ИПК-1.2 Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров,	применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том	находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной

	изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов; анализировать и обосновывать выбор медиастратегий, каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект.
ПК-2.Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству	ИПК-2.1 Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках	организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией	осуществлять закупку необходимого торгово-технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгово-технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами
	ИПК-2.2 Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических	применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять	организовывать и управлять логистическими процессами, производстве и распределении

	потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	потребности логистической системы и ее отдельных элементов	
	ИПК-2.3 Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству	применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг; систематизировать, классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного классификатора; выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; вести приемку и учет товаров	управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-3. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде).	ИПК- 3.1 Проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе	проводить аналитику торгово-хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики	применять цифровые технологии для анализа и оценки конъюнктуры рынка, а также эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации
	ИПК- 3.2 Применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения поставленных задач, в	разрабатывать процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере	разрабатывать и проектировать торгово-технологические процессы (в т.ч. с учетом специфики применения интернет-технологий) и выбирать

	том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании		оптимальные инструменты ведения бизнеса в торговле
ПК-4. Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения	ИПК-4.1 Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет	проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	создать грамотно выстроенную программу лояльности, используя организационные и финансовые методы
	ИПК-4.2 Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты	организовывать и проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; взаимодействовать с участниками работ по реализации стратегии продвижения; проверять результаты выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контролировать их соответствие выданному заданию
	ИПК-4.3 Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности	использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках	составлять и корректировать письма, выбирать программы для рассылки, собирать контакты для рассылки, рассылка, собирать результаты по доставленным письмам

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная (преддипломная) практика является составной частью ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, предусматривается учебным планом в Блоке 2 «Практика» и в полном объеме относится к вариативной части этой программы.

Прохождение производственной (преддипломной) практики базируется на освоении дисциплин «Анализ торгово-хозяйственной деятельности», «Организация маркетинга в торговой деятельности», «Маркетинговые исследования рынка», «Маркетинговые коммуникации в торговле», «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Управление товарным ассортиментом», «Риски в торговой деятельности», «Организация, технология и дизайн предприятий торговли», «CRM-технологии в торговле», «Интернет-маркетинг», а также на базе междисциплинарного проекта "Маркетинговый анализ тенденций и перспектив развития конъюнктуры рынка".

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОПОП ВО и необходимым при освоении данной практики:

обучающийся должен *знать*:

- ✓ мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства;
- ✓ современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;
- ✓ инструменты традиционного маркетинга;
- ✓ методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг;
- ✓ основные торгово-технологические процессы на торговом предприятии;
- ✓ основные инструменты маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга
- ✓ основные принципы организации закупочных и логистических процессов торгового предприятия;
- ✓ методы повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения
- ✓ принципы организации и управления бизнесом (в том числе в электронной среде).

обучающийся должен *уметь*:

- ✓ использовать информационные технологии для выполнения поставленных задач;

- ✓ собирать, мониторить и обрабатывать данные для проведения расчетов экономических показателей деятельности фирмы;
- ✓ решать экономические задачи с применением современного математического инструментария;
- ✓ на основе финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий, решать задачи в профессиональной сфере;
- ✓ определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»;
- ✓ применять методы организации закупочных процессов, а также движения и оптимизации логистических потоков; определять потребности логистической системы и ее отдельных элементов;
- ✓ организовывать и проводить работы по реализации стратегии продвижения;
- ✓ проводить аналитику торгово-хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики с применением современных технологий организации и управления торговым предприятием.

обучающийся должен *быть готов*:

- ✓ решать оперативные и тактические задачи в реальной сфере профессиональной деятельности;
- ✓ собирать и обрабатывать статистический и аналитический материала по предприятию в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.

Прохождение данной практики необходимо как предшествующее для прохождения государственной итоговой аттестации, состоящей из подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы и защиты выпускной квалификационной работы.

4.Объем практики и ее продолжительность

Объем практики составляет *6 зачетных единицы (216 академических часов)*.

Продолжительность практики составляет *4 недели*.

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации в виде защиты отчета по практике.

Практика обучающихся очной формы обучения проводится на 4 курсе в 8 семестре, для обучающихся очно-заочной и заочной формы обучения проводится на 5 курсе.

Сроки практики для обучающихся определяются учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности».

5. Содержание практики

Производственная (преддипломная) практика состоит из 3х основных разделов, внутри которых практиканты выполняют определенные виды работ:

<i>№ п/ п</i>	<i>Разделы (этапы) практики</i>	<i>Виды работ обучающегося на практике</i>	<i>Формы отчетности по практике</i>
1	2	3	4
1	Подготовительный этап: Общие сведения о предприятии/организации предприятия/организации - базе практики	Инструктаж по технике безопасности, правилам внутреннего распорядка организации и правилам охраны труда	Отчет по практике, дневник
		Обсуждение совместного рабочего графика (плана) проведения практики с руководителем практики от производства, порядок его реализации	Отчет по практике, дневник
		Изучение организационной структуры предприятия и взаимосвязи подразделений	Отчет по практике, дневник
		Работа с учредительными документами. Анализ нормативных и правовых актов предприятия/организации. Работа с штатным расписанием, должностными инструкциями.	Отчет по практике, дневник
2	Основной этап: Сбор и обработка и статистического и аналитического материала по предприятию/организации в соответствии с темой ВКР	Изучение организации и технологии коммерческой деятельности, основных функций коммерческих подразделений.	Отчет по практике, дневник
		Изучение управления торгово-технологическими процессами на предприятии; основных правил проведения инвентаризации, определение и минимизация затрат материальных и трудовых ресурсов, учета и списания потерь.	Отчет по практике, дневник
		Изучение организации и планирования материально-технического обеспечения	Отчет по практике, дневник

		предприятия, процессов закупки и логистики.	
		Изучение маркетинговой стратегии предприятия/организации. Виды маркетинговых коммуникаций, применяемых на предприятии/организации. Оценка уровня качества торгового обслуживания. Изучение и прогнозирование спроса потребителей на продукцию и услуги, анализ маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.	Отчет по практике, дневник
		Анализ, оценка и разработка стратегий предприятия/организации; разработка маркетинговой стратегии; конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем предприятия/организации; исследование поведения конкурентов и покупателей в сети Интернет	Отчет по практике, дневник
		Анализ процессов управления ассортиментом и осуществление контроля качества товаров и услуг, приемка и учет товаров по количеству и качеству	Отчет по практике, дневник
		Анализ процессов управления персоналом предприятия/организации и разбор организационно-управленческой работы	Отчет по практике, дневник
3	Заключительный этап: Промежуточная аттестация	Систематизация материала, подготовка отчета	Отчет по практике, дневник, аттестационный лист

6.Формы отчетности по практике

Формой отчетности обучающегося по производственной (преддипломной) практике является:

- дневник по практике;
- аттестационный лист;
- характеристика на обучающегося от организации;
- отчет обучающегося по практике.

Дневник по практике включает в себя индивидуальное задание для обучающегося, выполняемое в период практики; рабочий график (план) проведения практики; ежедневные краткие сведения о проделанной работе, каждая запись о которой должна быть завизирована руководителями практики. Дневник заполняется в ходе практики, с ним обучающийся должен явиться в профильную организацию.

Аттестационный лист по практике содержит сведения по оценке освоенных обучающимся в период прохождения практики универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций. Аттестационный лист заполняется и подписывается руководителем практики от университета.

Характеристика на обучающегося, проходившего практику заполняется и подписывается руководителем практики от профильной организации.

Отчет по практике представляет собой итоговый письменный отчет, составленный в ходе практики. Цель отчета – показать степень полноты выполнения обучающимся программы и задания практики. В отчете отражаются итоги деятельности обучающихся во время прохождения практики в соответствии с разделами и позициями задания, соответствующие расчеты, анализ, обоснования, выводы и предложения.

7. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации. Формой промежуточной аттестации обучающихся по практике является зачет с оценкой. По результатам проверки отчетной документации и собеседования выставляется оценка. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Прохождение практики студентами обеспечено документами и учебно-методическим материалами. Для этого выпускающей кафедрой подготовлены:

- ✓ оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по практике;
- ✓ методические рекомендации по прохождению практики.

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации. Формой промежуточной аттестации обучающихся по практике является зачет с оценкой. По результатам проверки отчетной документации и собеседования выставляется оценка. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится

руководителем практики от университета / комиссией по проведению промежуточной аттестации, в состав которой помимо руководителя практики могут включаться педагогические работники кафедры, по которой обучающимися осуществляется прохождение соответствующей практики, представители организаций и предприятий, на базе которых проводилась практика, с занесением результатов в ведомость промежуточной аттестации и в зачетную книжку обучающегося. При выставлении оценки учитываются содержание, качество отчета по практике, аккуратность и правильность его оформления, правильность и полнота ответов на вопросы, задаваемые во время процедуры защиты отчета, характеристика руководителя от профильной организации, оценка, данная обучающемуся руководителем практики от ДГУНХ в аттестационном листе.

**Примерные индивидуальные задания для выполнения обучающимися
определенных
видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью**

Профильная организация – ООО «Торговая компания Фирма Ас»

Индивидуальное задание:

1. Изучение организационной структуры предприятия и взаимосвязи подразделений.
2. Работа с учредительными документами. Анализ нормативных и правовых актов предприятия/организации. Работа с штатным расписанием, должностными инструкциями.
3. Изучение общих принципов и методов организации коммерческой деятельности.
4. Анализ управления ассортиментом, качеством, сохранностью товаров и услуг. Приемка и учет товаров по количеству и качеству.
5. Изучение управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения. Основные правила проведения инвентаризации, определение и минимизация затрат материальных и трудовых ресурсов. Учет и списание потерь.
6. Изучение маркетинговой стратегии предприятия/организации. Виды маркетинговых коммуникаций, применяемых на предприятии. Изучение и прогнозирование спроса потребителей на продукцию и услуги, анализ маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.
7. Ознакомление с методами идентификации товаров, применяемыми на предприятии, выявление фактов фальсификации
8. Анализ процессов управления персоналом предприятия и разбор организационно-управленческой работы.
9. Систематизация материала, подготовка отчета.

Примерный перечень вопросов при защите отчета:

1. Перечислите основные показатели экономической эффективности проекта.
2. Назовите методы оценки рисков и представьте основные факторы экономического роста предприятия/организации.
3. Назовите основные законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность субъектов в сфере торговли.
4. Как был произведен выбор и анализ актуальных источников профессиональной информации, в том числе с применением информационно-коммуникативных технологий, для решения цели и задач ВКР?
5. Какие правила оформления списка литературы ВКР, ссылок на источники информации в тексте ВКР вы применяли?
6. Опишите основные нормативные документы, необходимые для осуществления профессиональной деятельности, использованные Вами при сборе материала для написания ВКР.
7. Проведите анализ технической документации по теме исследования, выявились ли отсутствие необходимой документации или ошибки в ее оформлении на исследуемом предприятии, необходимой для темы исследования.
8. Обобщите действующие федеральные законы, нормативные и технические документы, необходимые для осуществления профессиональной деятельности при формировании ассортимента, приемки товаров по количеству и качеству, контроле качества, использованные Вами для сбора материала для ВКР.
9. Охарактеризуйте ассортимент предприятия (показатели ассортимента, его структура, изменения за период исследования), опишите процессы оценки и контроля качества товаров и услуг на предприятии.
10. Сделайте краткий обзор требований федеральных законов, нормативных и технических документов к организации торгово-технологического процесса на предприятии.
11. Опишите организацию торгово-технологических процессов на предприятии и проанализируйте кратко процесс управления товародвижением на предприятии.
12. Какие направления минимизации издержек Вы предложили бы предприятию?
13. Перечислите основных потребителей товаров и услуг предприятия, дайте их основные характеристики.
14. Какова динамика спроса на товары и услуги предприятия? Расскажите об основных конкурентах предприятия.
15. Опишите комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, в т.ч. средств рекламы товаров, применяемых на объекте исследования
16. Были ли обнаружены случаи выявления фальсифицированных товаров

- и какие действия были предприняты?
17. Опишите особенности организационно-управленческой работы на предприятии. Кратко опишите содержание законодательной базы в работе с коллективами малых предприятий.
 18. Какие нарушения по заключению договоров в деятельности торгового предприятия знакомы и столкнулись ли Вы с этим на практике?
 19. Чем Вы лично руководствовались бы при выборе деловых партнеров для предприятия?
 20. Охарактеризуйте основные каналы сбыта предприятия. Есть ли разрыв между требующимися и имеющимися ресурсами на предприятии и как его, по Вашему мнению, устранить в случае наличия, какие источники лучше для этого использовать?
 21. Из чего складывается микромир предприятия, назовите технологические и психологические составляющие?
 22. Опишите профессионализм и квалификацию сотрудников предприятия, достоинства и недостатки.
 23. Кратко опишите стратегии, используемые предприятием.
 24. Что выявил SWOT-анализ деятельности предприятия и какие примерные направления развития стратегий будут предложены Вами в ВКР?

При определении оценки учитываются следующие показатели:

- качество оформления отчета;
- содержание отчета по практике и дневника;
- презентация отчета (доклад);
- ответы на вопросы кафедральной комиссии;
- характеристика работы студента руководителями практики от предприятия и от кафедры «Маркетинг и коммерция» ДГУНХ.

Критерии оценки практики:

Шкала оценок	Показатели	Критерии
Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)	1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 2. Структурированность и полнота собранного материала;	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)	3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя

Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта практической деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций, содержатся в приложении к ОПОП ВО – программе бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности».

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики

№ п/п	автор	Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	Выходные данные по стандарту	Количество экземпляров библиотеке ДГУНХ /Точек доступа
Основная учебная литература				
1.	Акулич, М. В.	Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм	Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров)	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274
2.	Гаврилов Л. П	Электронная	Москва : Издательство	https://urait.ru/bc

		коммерция : учебник и практикум для вузов, Гриф УМО ВО	Юрайт, 2023. — 563 с.	ode/510301
2.	Синяева, И. М., Жильцова, О. Н., С. В. Земляк, В. В. Синяев	Коммерческая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].	https://urait.ru/bo-ok/kommercheskaya-deyatelnost-432143
Дополнительная литература				
1.	Каращук, О. С.	Торговое дело. Введение в профессию : учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с.	https://urait.ru/bo-ok/torgovoe-delo-vvedenie-v-professiyu-447436
2.	Кулагин, В. Сухаревский, А, Мефферт, Ю.	Digital@Scale. Настольная книга по цифровизации бизнеса=Digital@Scale. How you can lead your business to the future with Digital@Scale	Москва : Интеллектуальная Литература, 2019. – 293 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570404
Материалы аналитических интернет-сайтов				
1	http://minpromtorg.gov.ru/ Министерство промышленности и торговли Российской Федерации;			
2	https://www.economy.gov.ru/ Министерство экономического развития Российской Федерации;			
3	http://mspinvestrd.ru/ Агенство по предпринимательству и инвестициям республики Дагестан;			
4	http://www.devbusiness.ru/ Развитие бизнеса.Ру;			
5	https://znaytovar.ru/ Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза;			
6	http://www.consultant.ru/ Онлайн-версия информационно-правовой системы "КонсультантПлюс";			
7	http://Standartgost.ru Открытая база ГОСТов;			
8	https://rospotrebnadzor.ru/ Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.			
Официальные издания				
1.	Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/			
2.	Федеральный закон от 25 декабря 2018 г. N 487-ФЗ "О внесении изменения в статью 251 Федерального закона "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html			
3.	Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/			
4.	Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019) "О защите прав потребителей" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/			
5.	Федеральный закон РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»			

	http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/			
6.	Федеральный закон РФ "О коммерческой тайне" от 16.08.2004 г. (в последней действующей редакции от 18 апреля 2018 года) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/			
Материалы периодических изданий				
1.	Журнал «Российское предпринимательство» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=561724			
2.	Журнал «Business Excellence» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=562951			
3.	Стандарты и качество: международный журнал для профессионалов стандартизации и управления качеством : журнал / изд. ООО «РИА «Стандарты и качество» ; гл. ред. Г.П. Воронин; учред. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, Всероссийская организация качества и др.. – Москва: РИА «Стандарты и качество», 2019. – № 2 (992). – 116 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573492 . – ISSN 0038-9692. – Текст : электронный.			
4.	Контроль качества продукции: журнал для производителей продукции и экспертов по качеству / гл. ред. О.М. Розенталь ; учред. и изд. РИА «Стандарты и качество». – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2019. – № 1. – 68 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499440 . – ISSN 1990-7850. – Текст : электронный.			
Справочно-библиографическая литература				
1.	Бунин Г.П.	Стандартизация и унификация: современный взгляд, проблемы и пути их преодоления: информационно-аналитическое и практически ориентированное обзорно-справочное пособие	Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 171 с. : ил., схем., табл. –	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500618 .
2.	Вилкова С.А. , Голубенко О.А. , Еремеева Н.В. и др.	Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров : словарь-справочник / под общ. ред. С.А. Вилковой. – 4-е изд	Москва : Дашков и К°, 2018. – 264 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496164
3.	Иванова Т.Н., Позняковский В.М., Окара А.И. , Рязанова О.А.	Термины и определения в области пищевой и перерабатывающ	Новосибирск : Сибирское университетское издательство, 2007. – 396 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57406

		ей промышленност и, торговли и общественного питания : справочник		
--	--	--	--	--

8.2. Перечень ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

При проведении производственной практики рекомендуется использование следующих ресурсов сети «Интернет»:

1. <http://minpromtorg.gov.ru/> Министерство промышленности и торговли Российской Федерации;
2. <https://www.economy.gov.ru/> Министерство экономического развития Российской Федерации;
3. <http://mspinvestrd.ru/> Агентство по предпринимательству и инвестициям республики Дагестан;
4. <http://www.devbusiness.ru/> Развитие бизнеса.Ру;
5. <https://znaytovar.ru/> Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза;
6. <http://www.consultant.ru/> Онлайн-версия информационно-правовой системы "КонсультантПлюс";
7. <http://Standartgost.ru> Открытая база ГОСТов;
8. <https://rospotrebnadzor.ru/> Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Для самостоятельного изучения материала и ознакомления с новинками в области торгового дела рекомендуется использовать следующие Интернет-ресурсы:

1. <https://www.rbc.ru/> «Росбизнесконсалтинг», информационное агентство;
2. <http://bishelp.ru/> Помощь бизнесу;
3. <http://www.torgovyi.ru/> Сайт торговых представителей;
4. <https://www.eg-online.ru/> Агентство консультаций и деловой информации «Экономика и жизнь» .

9. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных, используемых при проведении практики

9.1. Лицензионное программное обеспечение, в том числе отечественного производства

Программные средства, эксплуатируемые в организации.

9.2. Перечень информационных справочных систем

– Информационно справочная система «КонсультантПлюс».

9.3. Перечень профессиональных баз данных

- Открытая база ГОСТов (www.standartgost.ru/);
- База данных Министерства промышленности и торговли РФ (<http://minpromtorg.gov.ru/>);
- База данных агентства по предпринимательству и инвестициям республики Дагестан (<http://mspinvestrd.ru/>);
- База данных Торгово-промышленной Палаты РФ (<https://tpprf.ru/>);
- База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности (<https://rupto.ru/>);
- Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) (<http://www.esomar.org/>);
- База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет" (www.market-agency.ru).

10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Необходимую материально-техническую базу практики обеспечивает профильная организация в соответствии с договором о практической подготовке обучающихся.

Для проведения консультаций и приема зачета по производственной (преддипломной) практике используются следующие специальные помещения:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий № 4.9 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Комплект специализированной мебели.

Доска меловая.

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru).

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Помещение для самостоятельной работы №5-6 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в

электронную информационно-образовательную среду ДГУНХ - 26 ед.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLC Media player
5. 7-zip
6. 1С: Предприятие 8.3
7. 1С: Зарплата и управление персоналом
8. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

Помещение для самостоятельной работы №1-1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду ДГУНХ - 60 ед.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Adobe Acrobat Reader DC
4. VLC Media player
5. 7-zip

1. Договор № 2023/001 от 20.05.2023г. об организации проведения практики студентов с ООО «Малютка»
2. Договор № 2023/002 от 25.05.2023 г. об организации проведения практики студентов с ООО «Ягуар»
3. Договор № 2023/003 от 29.05.2023 г. об организации проведения практики студентов с ООО «СтройДом»
4. Договор № 2023/004 от 4.10.2023 г. об организации проведения практики студентов с ООО «Евростиль»
5. Договор № 2023/005 от 11.10.2023 г. об организации проведения практики студентов с ООО «Торговая компания Фирма Ас»

**Лист актуализации рабочей программы
производственной (преддипломной) практики**

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Рабочая программа пересмотрена,
обсуждена и одобрена на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____