


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Смоленский областной казачий институт промышленных технологий и
бизнеса (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Московский государственный университет технологий и управления
имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)»**



Рассмотрено
на заседании кафедры Э и М
Протокол № 6 от «25» января 2016 г.
Зав. кафедрой

 / Н.А. Михалева /



УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УМиВР

Д.Е. Комаров

Протокол НМС № 6
от «18» февраля 2016 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б2.П.3 Преддипломная практика

(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

(код, наименование направления подготовки)

Квалификация (степень) выпускника – *Бакалавр*

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Учебный план приема 2015г. последующие

Вязьма, 2016

©. Михалёва Н. А. Фонд оценочных средств преддипломной практики. – СОКИПТБ (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)», 2016

Пособие предназначено для студентов направления 38.03.06 Торговое дело 5 курса заочной формы обучения

Автор: к. э. н. , доц. каф. «ЭиМ» Михалёва Н. А.

Рецензенты: к. э. н., доц. Кучерова Е. Н.

© Смоленский областной казачий институт промышленных технологий и бизнеса (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)» в г. Вязьме Смоленской области, 2015 г.

215119, г. Вязьма, Смоленская область, ул. Ленина, д.77

Содержание

1. Цели и задачи практики	4
2. Задание на преддипломную практику	6
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	9
3.1 Показатели оценивания сформированности компетенций в результате прохождения практики	9
3.2 Критерии и шкалы оценивания формирования компетенций в ходе прохождения практики	9
3.2.1 Индивидуальное задание на практику	9
3.2.2 Отчет по практике	10
3.2.3 Защита отчета по практике	11
4. Правила оформления преддипломной производственной практики	11
Рекомендуемая литература и интернет-ресурсы	13
Приложение	15

1. Цели и задачи практики

Основной целью преддипломной практики является сбор аналитической информации характеризующей объект изучения, а также выявление проблем, которые возникают как в самой организации, так и во внешней среде, с которой исследуемая организация находится в постоянном взаимодействии. На этом этапе уточняется предмет исследования (стратегия развития, методы и приемы по совершенствованию маркетинговой деятельности, организационная структура управления, стратегическое планирование, маркетинг, инновационная деятельность, инвестиционное проектирование, управление качеством, управление персоналом, кадровый менеджмент и т.д.).

Проведение преддипломной практики направлено также на закрепление полученных студентами бакалавриата, обучающимися по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (специализация «Маркетинг в торговле»), умений и навыков практической и организационной работы в условиях реального производства, проведение научных исследований, обновление и систематизация информационного материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы (ВКР) бакалавра.

Задачи практики

Задачами преддипломной практики является:

- формирование ясного конкретного представления о будущей специальности, о предполагаемом месте работы;
- знакомство студентов с реальными предприятиями и организациями;
- изучение на практике управления предприятием.

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся студент-бакалавр должен:

знать:

- назначение и функции основных подразделений организаций;
- особенности формирования организационной структуры организации;
- подходы и методы проведения анализа внешней среды коммерческой организации, занимаемого ею положения на рынке и в отрасли;
- социальную значимость своей будущей профессии,
- последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности;
- роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний;
- методы мотивации профессиональной деятельности;
- основные механизмы принятия решений органами государственного регулирования;

- экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков;

- процессы групповой динамики и принципы формирования команды;

уметь:

- определять существующие недостатки в организационной структуре управления организации и формулировать предложения по их устранению;

- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;

- умением использовать нормативные п

- правовые документы в своей деятельности;

- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;

- эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде;

владеть:

- методами грамотного оформления отчета по результатам проведенных работ;

- навыками работы в трудовом коллективе;

- навыками решения практических задач в рамках выбранного направления обучения.

- способами анализа социально значимых проблем и процессов;

- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;

- навыками работы с компьютером как средством управления информацией;

- способами проектирования организационной структуры, распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования;

- методами контроля;

- различными способами разрешения конфликтных ситуаций.

№ п/п	Формируемые компетенции	Этапы формирования	Виды работ по практике, включающую работу студента	Трудо-емкость, з.е./ академических часа	Форма текущего контроля
1.	ОК-1,2,3,4,8	Подготовительный	Теоретические аспекты преподавания технических дисциплин строительного профиля	9	Устный отчет, собеседование
2.	ПК-1,2,3,4,5	Основной	Подготовка и проведение практических и	90	Устный отчет, собеседование

			лабораторных занятий под руководством опытного преподавателя		
3.	ПК-6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16	Заключительный	Подведение итогов и составление отчета: систематизация, анализ, обработка собранного в ходе практики материала, предоставление дневника, отчета, защита отчета по практике	9	Зачет с оценкой по результатам оценки этапов прохождения практики

2. Задание на преддипломную практику

Тематический план преддипломной практики

Глубина проработки вопросов зависит от индивидуального задания, которое должно носить практический характер, нацеливать студента на проведение исследовательской работы, соответствовать теме избранной студентом выпускной квалификационной работы. Индивидуальное задание разрабатывается руководителем практики от кафедры.

Общая характеристика предприятия

Краткая характеристика предприятия (историческая справка)

Организационная структура управления предприятием. Задачи, функции и организация службы маркетинга на предприятии. Структура службы маркетинга, перспективы ее развития на предприятии. Основные вопросы, разрабатываемые этой службой.

Анализ основных экономических показателей деятельности предприятия (по 2-3 года).

Анализ внешней и внутренней среды предприятия. Особенности воздействия на предприятие макро и микросреды.

Анализ конъюнктуры рынка и текущего положения предприятия.

Миссия, система стратегических целей.

Практическая часть

Управление маркетингом на предприятии.

- Отраслевые особенности маркетинга предприятия.
- Место и роль предприятия в цепочки создания потребительской ценности.
- Макросегментация и стратегические бизнес-единицы предприятия.
- Стратегия развития предприятия.
- Оценка конкурентоспособности предприятия и применяемые конкурентные стратегии.
- Микросегментирование рынка.

- Позиционирование предприятия и его продукции на рынке.
- План маркетинга, проектирование маркетинговых мероприятий во взаимосвязи со стратегией развития предприятия.
- Маркетинговый аудит на предприятии.

Маркетинговые исследования, обработка и анализ маркетинговой информации.

- Применение информационных технологий в маркетинговом комплексе предприятия.
- Существующие способы изучения покупательского спроса на продукцию предприятия.
- Организация маркетинговых исследований и применение их результатов в маркетинговом планировании.

Анализ продуктовой политики предприятия.

- Тактические и стратегические продуктовые решения компании.
- Жизненный цикл основных товарно-ассортиментных групп и их характеристика. Разработка новых видов продукции, проблемы с их производством и выводом на рынок.
- Анализ продуктовой программы предприятия, структуры покупателей и оборота. Конкурентоспособность продукции.
- Марочная политика.
- Сертификация продукции.
- Работа с претензиями и рекламациями потребителей.

Анализ ценовой политика предприятия.

- Динамика изменения цен за последние три года.
- Модель ценообразования, применяемая на предприятии.
- Реакция на изменение цен конкурентов.
- Ценовые стратегии и политика в области ценовых льгот.
- Ценовые линии и взаимосвязь ценовой и товарной политики.

Анализ политики распределения на предприятии.

- Стратегические решения в области распределения продукции.
- Система сбыта продукции, ее характеристика.
- Каналы реализации продукции предприятия и особенности их проектирования. Управление запасами и товарооборотом на предприятии.
- Организация складского хозяйства.
- Управление закупками и система отбора поставщиков.
- Порядок получения, обработки, выполнения и доставки заказов.
- Применяемые системы транспортировки грузов и их эффективность.
- Структура и виды расчётов за поставку продукции, их эффективность.
- Организация мерчандайзинга. Система обслуживания клиентов.
- Проблемы сбыта продукции в настоящее время и предпринимаемые меры по их решению.

Анализ коммуникационной политики предприятия

- Процесс разработки коммуникационной политики фирмы.
 - Медиа-планирование на предприятии.
 - Реклама.
 - Организация рекламы в местах продаж.
 - Стимулирование продаж: его функции и формы. Стимулирование торговли. Стимулирование потребителя.
 - PR: функции и формы.
 - Персональные (личные) продажи как инструмент коммуникационной политики. Система подготовки, обучения и работа торгового персонала, оценка эффективности его деятельности.
 - Участие предприятия в выставках, ярмарках, форумах, презентациях.
 - Организация и управление коммуникационной политикой фирмы.
- Эффективность коммуникационной политики предприятия.

Студент должен раскрыть вопросы, представленные в тематическом плане, а также выполнить индивидуальное задание.

Индивидуальное задание

1. Разработка стратегии развития предприятия (на примере конкретного предприятия).
2. Торговый ассортимент, его формирование и продвижение.
3. Анализ товарного рынка (на примере конкретного рынка).
4. Управление разработкой и реализацией нового товара (на примере конкретного товара).
5. Разработка рекламной кампании (на примере конкретного предприятия).
6. Конкурентоспособность предприятия и пути ее повышения.
7. Маркетинговая деятельность розничного торгового предприятия.
8. Маркетинговая деятельность оптового торгового предприятия.
9. Разработка стратегии развития предприятия (на примере конкретного предприятия)
10. Мерчендайзинг как составная часть маркетинга торгового предприятия.
11. Разработка и продвижение бренда.
12. Бренд как элемент товарной политики.
13. Управление покупательским поведением как элемент конкурентоспособности предприятия.
14. Маркетинговые подходы к продвижению товара.
15. Ценовая политика предприятия как элемент маркетинговой стратегии.
16. Реклама на месте продажи.
17. Окружающая среда маркетинга и ее влияние на деятельность предприятия.
18. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
19. Реклама в Internet.
20. Организация рекламной деятельности предприятия.

21. Управление распределением товара.
22. Маркетинговый анализ деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия).
23. Маркетинговые коммуникации предприятия.
24. Разработка комплекса маркетинга предприятия.
25. Наружная реклама как элемент продвижения товара.
26. Телевизионная реклама как элемент продвижения товара.
27. Печатная реклама как элемент продвижения товара.
28. Собственная торговая марка розничного торгового предприятия.
29. Прямые формы продаж.
30. Ярмарки/выставки в продвижении предприятий/товаров на рынок.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

3.1 Показатели оценивания сформированности компетенций в результате прохождения практики

№ п/п	Компетенция	Виды оценочных средств, используемых для оценки сформированности компетенций		
		Выполнение индивидуального задания	Отчет по практике	Защита отчета по практике
1.	ОК-1	+	+	+
2.	ОК-2	+	+	+
3.	ОК-3	+	+	+
4.	ОК-4	+	+	+
5.	ОК-8	+	+	+
6.	ПК-1	+	+	+
7.	ПК-2	+	+	+
8.	ПК-3	+	+	+
9.	ПК-4	+	+	+
10.	ПК-5	+	+	+
11.	ПК-6	+	+	+
12.	ПК-7	+	+	+
13.	ПК-9	+	+	+
14.	ПК-10	+	+	+
15.	ПК-11	+	+	+
16.	ПК-12	+	+	+
17.	ПК-13	+	+	+
18.	ПК-15	+	+	+
19.	ПК-16	+	+	+

3.2 Критерии и шкалы оценивания формирования компетенций в ходе прохождения практики

3.2.1 Индивидуальное задание на практику

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
---	------------------	---------------------

п.п.		
1.	Отлично	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению
2.	Хорошо	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
3.	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала
4.	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала

3.2.2 Отчет по практике

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
2.	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – оформление отчета; – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
3.	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание раскрыто не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета.
4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание не раскрыто; – нарушены сроки сдачи отчета.

*** За творческий подход к выполнению отчета: наличие фотографий, интересное раскрытие индивидуального задания – наличие интересной презентации, видео, и т.д. – оценка повышается на 1 балл.

3.2.3 Защита отчета по практике

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	– студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; – стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; – дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2.	Хорошо	– студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь несущественных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов; – владеет необходимой для ответа терминологией; – недостаточно полно раскрывает сущность вопроса; – допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.
3.	Удовлетворительно	– студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики; – использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно; – способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.
4.	Неудовлетворительно	– студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

4. Правила оформления преддипломной производственной практики

При оформлении экономической практики студент должен придерживаться следующих правил:

- 1) шрифт Times New Roman, 14, интервал 1,5;
- 2) поля: верхнее и нижнее по 2 см, левое (под скоросшиватель) – 3 см, правое – 1,5 см;
- 3) выравнивание текста по ширине страницы;
- 4) нумерация начинается с титульного листа, номера (кроме титульного

листа) проставляются в верхнем правом углу страницы;

5) заголовки глав пишутся ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ, Пункты **строчными буквами и жирным шрифтом**;

6) главы начинаются с новой страницы, пункты с текущей;

7) количество абзацев на странице не должно быть более трёх;

8) страницы, которыми заканчиваются главы, должны быть заполнены не менее чем наполовину.

9) выделения внутри текста набираются только обычным курсивом (подчеркивания слов, а также слова, набранные прописными буквами, полужирным кеглем и пр. не допускаются);

10) нумерованный список пунктов дается в обычном порядке (1, 2, 3 и т.д.; а), б), в) и т.д.), причем каждый пункт начинается с нового абзаца;

11) маркированный список пунктов допускается только в виде тире;

12) все формулы, рисунки и таблицы должны иметь двойную нумерацию внутри главы. Например: рисунок 1.1. (первая цифра означает номер главы, вторая - порядковый номер формулы, рисунка и таблицы).

13) Оформление ссылок: ссылки (на литературу) печатаются внутри статьи в квадратных скобках после цитаты, выделенной кавычками (указывается номер источника: [1]);

14) Оформление рисунков:

– на каждый рисунок должна быть хотя бы одна ссылка в тексте статьи перед тем, как дается сам рисунок;

– рисунок должен располагаться по центру листа;

– подписи располагаются под рисунком по центру.

15) Оформление таблиц:

- в таблице используется 14 шрифт и интервал 1, если таблица объёмная допустим шрифт 12,

- при переносе таблицы столбцы должны быть пронумерованы, на следующей странице справа должно быть указано: Продолжение таблицы 1.1.

16) Оформление формул. Формулы должны быть выполнены в специальном редакторе формул, пронумерованы и иметь пояснение, например:

Затраты на внедрение 2-х зонной системы связи можно определить по формуле:

$$C_{\text{св}} = C_{\text{кпл}} \times K_{\text{авт}}, \quad (1.1)$$

где: $C_{\text{кпл}}$ - стоимость комплекта;

$K_{\text{авт}}$ - количество автомобилей.

17) Список литературы располагается строго в алфавитном порядке и оформляется по ГОСТ Р 7.0.5–2008. «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

Примеры оформления списков литературы

СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛОВ И СБОРНИКОВ

Адорно Т.В. К логике социальных наук // Вопросы философии. 1992. №

10. С. 76–86.

МОНОГРАФИИ

Тарасова В.И. Политическая история Латинской Америки: учеб. для вузов. 2-е изд. М.: Проспект, 2006. С. 305–412.

ДИССЕРТАЦИИ

Фенухин В.И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона: дис. ... канд. полит. наук. М., 2002. С. 54–55.

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья: аналит. обзор, апр. 2007 / Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. М.: ИМЭМО, 2007. 39 с.

ПАТЕНТЫ

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2000.

Еськов Д.Н., Бонштедт Б.Э., Корешев С.Н., Лебедева Г.И., Серегин А.Г. Оптико-электронный аппарат // Патент России № 2122745. 1998. Бюл. № 33.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИЙ

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегион. конф. Ярославль, 2003.

Марьинских Д.М. Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Всерос. конф. (Иркутск, 11–12 сент. 2000 г.). Новосибирск, 2000. С.125–128.

ИНТЕРНЕТ-ДОКУМЕНТЫ

Официальные периодические издания : электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 2005–2007. URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2007).

Логинова Л.Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 21.10.03. URL: <http://www.oim.ru/reader.aspnomer=366> (дата обращения: 17.04.07).

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.08).

Литчфорд Е.У. С Белой Армией по Сибири [Электронный ресурс] // Восточный фронт Армии Генерала А. В. Колчака: сайт. – URL: <http://eastfront.narod.ru/memo/latchford.htm> (дата обращения 23.08.2007).

Рекомендуемая литература и интернет-ресурсы

Периодические издания

Газеты:

1. «Экономика и жизнь», «Финансовая газета», «Учет, налоги, право», «Коммерсантъ», «Бизнес», «Ведомости».

Отечественные журналы:

2. «Вопросы экономики», «Бухгалтерский учет», «Научные труды

Вольного экономического общества», «Коммерсантъ», «BusinessWeek Россия», «Итоги», «Эксперт», «Вопросы экономики», «Россия и современный мир».

Зарубежные журналы:

3. Journal of Finance, Economic Journal, Review of Economics and Statistics.

Интернет-ресурсы

1. Журнал: <http://www.top-manager.ru/>
2. Библиотека рыночной экономики:
<http://www.cemi.rssi.ru/mei/libr.htm>
3. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/>
4. Российская государственная библиотека: <http://www.rsl.ru>
5. Электронная библиотека: <http://www.bibliotekar.ru/ekonomika.htm>
6. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru/>
7. Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал <http://www.eup.ru/>
8. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
9. Сайт о менеджменте качества: <http://quality.eup.ru/>
10. Корпоративный менеджмент: <http://www.cfin.ru/>
11. Официальный сайт Российской государственной библиотеки:
<http://www.rsl.ru/>
12. Официальный сайт компании Консультант-плюс:
<http://www.consultant.ru/>
13. Информационно-правовой портал компании Гарант:
<http://www.garant.ru/>
14. Официальный сайт компании Head Hunter: <http://www.hh.ru/>
15. Официальный сайт компании HR-менеджмент: <http://www.hrm.ru/>
16. Сайт сообщества HR-менеджеров: <http://www.hr-portal.ru/>
17. Сайт журнала управление персоналом: www.top-personal.ru/

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Смоленский областной казачий институт промышленных технологий и бизнеса
(филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Московский государственный университет технологий и
управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)»

ДНЕВНИК

прохождения преддипломной практики

(вид , тип практики)

Обучающийся _____ (ФИО)
Институт _____
Направление _____
подготовки _____
Профиль _____
Курс _____
Руководитель практики _____
от кафедры _____ (наименование кафедры)
Руководитель практики _____
от организации) _____ (наименование организации)

Вязьма – 20 _____

Направление на практику
ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)» на основании
договора № _____ от « _____ » _____ 20 ____ г. направляет
обучающегося _____ для прохождения _____

_____ (ФИО) _____ (вид, тип практики)
практики _____
(наименование организации)

Институт _____

Направление подготовки _____

Профиль _____

Курс _____ Форма обучения _____

Сроки практики с « _____ » по « _____ »

Руководитель практики от кафедры _____ (ФИО)

(наименование кафедры) _____

Директор института _____ (подпись) / _____ (ФИО)
_____ (печать)

Прибыл в организацию
« _____ » _____ 20 ____ г.

Печать _____ Подпись _____ ответственного лица _____

Убыл с организации
« _____ » _____ 20 ____ г.

Печать _____ Подпись _____ ответственного лица _____

Календарный график практики

п/п	Наименование задания	Дата	Отметка о выполнении	Примечания
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				
17.				
18.				
19.				
20.				

Отзыв руководителя практики от организации

За время практики

Ф.И.О

В ходе прохождения практики использованы

Проведены

За время практики выполнено

Трудности, испытываемые в процессе прохождения практики

Выводы

Оценка практики _____ « _____ » _____

201__ г.

Руководитель практики

от организации

(подпись)

/

(ФИО)/

(печать)

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СМОЛЕНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ КАЗАЧИЙ ИНСТИТУТ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И БИЗНЕСА (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И
УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»**

ОТЧЕТ

обучающегося о прохождении практики

Институт _____

Кафедра _____

Наименование подготовки _____

Профиль _____

Курс _____

Группа _____

ФИО обучающегося _____

Вид практики Производственная практика

Тип практики Преддипломная практика

Место прохождения практики _____

(наименование организации)

Срок прохождения практики с 20 г. по 20 г.

Обучающийся *(подпись)* /
(ФИО)/ _____

Руководитель практики от организации *(подпись)* /
(ФИО)/ _____

Отчет защищен с оценкой _____ с «_____» _____ 2017 г.

Руководитель практики от кафедры *(подпись)* / *(ФИО)/* _____

Зав. кафедрой *(подпись)* / *(ФИО)/* _____

Взяма 20 ____ г.