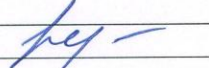


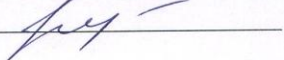
**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Коммерции маркетинга и сервиса
Кафедра Маркетинга и Логистики

Согласовано:
Директор института/декан факультета



УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом института (факультета)
(протокол № 7 от 12.03.14)
Директор института/декан факультета



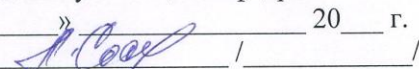
ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

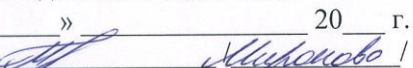
Направление подготовки/специальность 080200.62 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль/специализация/магистерская программа МАРКЕТИНГ

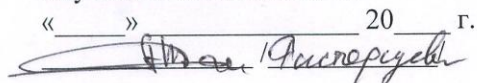
Согласовано:
Зав. выпускающей кафедрой

« » 20 г.


Согласовано:
Методический отдел УМУ

« » 20 г.
 Миронова

Согласовано:
Научная библиотека СГЭУ

« » 20 г.
 Александров

Размещено в ЭИОС СГЭУ

Рег.№

Начальник отдела ДОТиЭО

« » 20 г.

/

Рассмотрено к утверждению
на заседании кафедры

(протокол № 8 от 7.02.14)

Зав. кафедрой 

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2014г.

1. Цели и задачи практики

Данная программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки/специальности 080200.62 МЕНЕДЖМЕНТ, с учетом рекомендаций Примерной основной образовательной программы (ПрООП) ВПО/СПО по профилю/специализации/магистерской программе маркетинг и компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего и среднего профессионального образования.

Целями производственной практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных студентами за время обучения в вузе;
- исследование маркетинговой ориентации предприятия;
- отработка и приобретение навыков самостоятельной оперативной и исследовательской работы на примере конкретных практических ситуаций с учетом необходимых компетенций в области маркетинговой деятельности;
- сбор практических материалов для выполнения выпускной квалификационной работы

Исходя из поставленных целей, производственная практика решает следующие задачи:

- получить представление об оргструктуре предприятия, маркетинговой службы, других подразделений реализующих маркетинговые функции, целях его функционирования;
- ознакомиться с порядком осуществления маркетинговой деятельности на предприятии;
- познакомиться и провести анализ особенностей реализации маркетинговых функций в соответствии с особенностями деятельности предприятия;
- исследовать рынок, дать характеристику сегментов, самостоятельно провести анализ товарной, географической и отраслевой структуры продаж.
- исследовать элементы комплекса маркетинга;
- дать общее заключение о степени маркетинговой ориентации и конкурентоспособности предприятия.

Способы и формы проведения производственной практики: стационарные.

Практика проводится в организациях города различных форм собственности и направлений деятельности, соответствующих направлению и профилю подготовки

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Данный вид практики участвует в формировании следующих компетенций:

ОК-8 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность

знать:

- закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории;
- основные нормативные правовые документы;
- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета;

уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности;

владеть:

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса

ОК-13 способность анализировать социальнозначимые проблемы и процессы

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

знать:

- основные специфические понятия и категории, закономерности развития общества и мышления;
- основные нормативные правовые документы;
- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета;

уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности;
- применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности;
- проводить анализ отрасли (рынка), используя экономические модели;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации);

владеть:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам экономики и бизнеса;
- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.

ОК-19 способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

знать:

- типы организационной культуры и методы ее формирования;
- назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации;
- основные стандарты и принципы финансового учета и подготовки финансовой отчетности;
- основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности;
- основные системы управленческого учета;

уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;

владеть:

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков;
- методами управления операциями;

владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21):

знать:

- основные способы повышения безопасности жилья и рабочего помещения;
- основные требования по пожарной безопасности, антитеррористической безопасности, электробезопасности;

уметь:

- проводить защитные мероприятия при стихийных бедствиях, природных катаклизмах, чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера;

- безопасно использовать персональный компьютер;

владеть:

- навыками по само- и взаимопомощи при несчастных случаях, стихийных бедствиях, природных катаклизмах, чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера;

ПК-8 способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

знать:

- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;

уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;

владеть:

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современным инструментарием управления человеческими ресурсами;
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- навыками деловых коммуникаций;

ПК-47 способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

знать:

- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;

уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;

владеть:

- методами управления операциями;
- навыками деловых коммуникаций;
- методами планирования карьеры.

ПК-49 способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

знать:

- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;

уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;

владеть:

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;
- методами управления операциями;
- навыками деловых коммуникаций;

3. Место практики в структуре ООП

Код компетенции	Предшествующие дисциплины
ОК-8	Институциональная экономика
ОК-13	Институциональная экономика Социология
ОК-19	Деловые коммуникации Коммерческая деятельность
ОК-21	Безопасность жизнедеятельности
ПК-8	Корпоративная социальная ответственность Инвестиционный анализ Управление проектами Управление маркетингом Управление материальными ресурсами
ПК-47	Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ) Моделирование маркетинговой деятельности
ПК-49	Стратегический менеджмент Бренд-маркетинг

Изучение дисциплины опирается на знания, умения и навыки студента, полученные при изучении предшествующих дисциплин, указанных в таблице выше.

Для прохождения производственной практики студент должен:

Знать:

- основные теоретические и методологические положения управления маркетингом на предприятии;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
- процедуры сегментирования рынка; приемы оценки объема рынка; методы прогнозирования элементов рынка;
- специфику системы измерений в маркетинговых исследованиях, основные источники получения первичной и вторичной информации
- знать основные методы обработки и анализа маркетинговой информации

Уметь:

- выявить проблемы, формировать цели, задачи при планировании маркетинговых

исследований;

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять её ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по её совершенствованию;
- анализировать конкурентные материалы;
- разрабатывать решения в разрезе элементов комплекса маркетинга;
- использовать современные технологии, методические приемы и процедуры для принятия маркетинговых решений, организации разработки планов и осуществления контроля маркетинговой деятельности предприятия.

Владеть:

- навыками проведения различных маркетинговых исследований
- приемами анализа рыночных возможностей предприятия, методами прогнозирования спроса и объема продаж, методикой ценообразования;
- навыками экономического, социологического, информационного обоснования принимаемых маркетинговых решений

4. Содержание практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, продолжительность в неделях - 4, время проведения с 13 апреля по 10 мая включительно в 8 семестре учебного года

Практика проводится в организациях города различных форм собственности и направлений деятельности, соответствующих направлению и профилю подготовки.

Производственная практика предполагает следующее.

Описание организационно-правовой формы предприятия, области деятельности, внутренней организационной структуры.

Описание организационной структуры службы маркетинга, функций службы маркетинга. Характеристика системы информационных взаимосвязей службы маркетинга и других подразделений предприятия, наличие и использование компьютерной информационной системы. Дать оценку роли службы маркетинга на основе опроса экспертов. Сформулировать требования к профессиональной подготовке персонала службы маркетинга.

Характеристика маркетинговой среды предприятия. Описание маркетинговой макросреды организации. Выделение доминирующих факторов макросреды, определение их тенденции на основе собственной оценки их значимости и опроса экспертов (выбранных среди специалистов предприятия). Описание маркетинговой микросреды организации. Описание рынков сбыта: основные тенденции, емкость. Характеристика целевой аудитории. Характеристика конкурентной ситуации (количество, занимаемые доли рынка, используемые стратегии продвижения). Выявление наиболее значимых конкурентов. Проведение сравнительного анализа конкурентоспособности исследуемого предприятия. Оценка степени влияния посредников и поставщиков.

Изучить практику проведения маркетинговых исследований для принятия управленческих решений (регулярность проведения, направления исследований, способы организации исследований). Сформулировать вывод о совершенствовании деятельности предприятия в этой сфере.

Исследовать товарную политику предприятия. Изучение конкурентоспособности товаров составляющих ассортимент предприятия. Исследование принятых способов управления марками фирмы. Рассмотреть возможности совершенствования ассортимента компании. Дать общее заключение о степени эффективности товарной политики предприятия.

Охарактеризовать ценовую политику предприятия (стратегия и принятые методы ценообразования, факторы, влияющие на цену). Дать общее заключение о степени эффективности ценовой политики предприятия.

Исследовать политику распределения принятую на предприятии (количество уровней

каналов сбыта, наличие вертикальных систем распределения). Выявить наиболее эффективные каналы сбыта. Оценить возможности оптимизации политики распределения.

Провести анализ используемых средств продвижения. Оценить достаточность финансовых средств выделяемых на продвижение, степень использования персональных продаж, описание используемых средств стимулирования сбыта, используемых средств рекламы, использования средств «Паблик Рилейшнз», мерчендайзинга. Оценить значимость отдельных средств продвижения для предприятия. Исследовать практику организации и проведения коммуникационных кампаний. Дать общее заключение о степени эффективности политики продвижения предприятия

Сформулировать выводы об организации маркетинговой деятельности предприятия и выделить направления по ее совершенствованию.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

По итогам производственной практики студент представляет руководителю отчетную документацию:

- дневник;
- отзыв от принимающей организации о прохождении практики;
- отчет.

Аттестация по итогам учебной практики осуществляется после сдачи документов по практике на кафедру и фактической защиты отчета на основе оценки решения студентом задач практики, отзыва руководителей практики об уровне знаний и квалификации студента. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника и отчета по практике, отзывы руководителей практики от организации - места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты отчета.

Критерии дифференцированной оценки по итогам практики:

отлично	хорошо	удовлетворительно
<ol style="list-style-type: none"> 1. В отчете полностью раскрыто содержание вопросов практики; 2. В отчете материал изложен в логической последовательности, правильно используется терминология; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, 3. Оформление отчета выполнено согласно требованиям 4. При защите отчета продемонстрировано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 5. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. 	<p>Имеются следующие недостатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ответ не полностью раскрывает содержание практики 2. Отчет содержит недочеты, не искажающие содержание 	<p>Имеются следующие недостатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. При ответе допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; 2. В отчете не полностью раскрыто содержание материала, не показано общее понимание вопроса.

В случае если ответ не удовлетворяет указанным критериям, выставляется оценка - неудовлетворительно

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции ОК-8 способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность.

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня
Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности	Владеет навыками целостного подхода к анализу проблем общества
Повышенный уровень	Знает закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории	Владеет навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции ОК-13 способность анализировать социальнозначимые проблемы и процессы.

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня
Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает основные макроэкономические показатели и принципы их расчета	Владеет экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства
Повышенный уровень	Знает основные специфические понятия и категории, закономерности развития общества и мышления	Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции ОК-19 способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня
Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации	Владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы, собственников ресурсов и государства
Повышенный уровень	Знает основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и	Владеет методами инвестиционного анализа и анализа финансовых рынков

	рыночной активности, эффективности и рентабельности деятельности	
--	--	--

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21)

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня
Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает основные принципы пожарной безопасности, антитеррористической безопасности, электробезопасности	Умеет проводить защитные мероприятия при стихийных бедствиях, природных катаклизмах, чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера
Повышенный уровень	Знает практические требования по пожарной безопасности, антитеррористической безопасности, электробезопасности	Владеет навыками по само- и взаимопомощи при несчастных случаях, стихийных бедствиях, природных катаклизмах, чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера;

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции ПК-8 способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня
Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает принципы развития и закономерности функционирования организации	Владеет методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль)
Повышенный уровень	Знает теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации	Владеет современным инструментарием управления человеческими ресурсами

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции ПК-47 способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня

Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает роли, функции и задачи менеджера в современной организации	Владеет навыками деловых коммуникаций
Повышенный уровень	Знает принципы развития и закономерности функционирования организации	Владеет методами управления операциями

Критерии и шкала оценки сформированности компетенции ПК-49 способность разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Основные признаки уровня
Пороговый уровень (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВПО)	Знает основные бизнес-процессы в организации	Владеет методами управления операциями
Повышенный уровень	Знает принципы развития и закономерности функционирования организации	Владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Рекомендуемая (основная) литература

1. Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг: Учебное пособие. — М.: ИТК «Дашков и К°», 2012 г. — 440 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-394-01311-9 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=25023>

2. Попова Г. Маркетинг: Учебное пособие. 2-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2011 г. — 192 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-4237-0066-9 <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21962>

3. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013 г. — 552 с. — Электронное издание. — МО. — ISBN 978-5-394-02104-6-28926

Рекомендуемая (дополнительная) литература:

- Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. - СПб.: Питер, 2008.
- Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. – СПб.: Питер, 2007 г.
- Ламбен Жан-Жак. Менеджмент ориентированный на стоимость. Стратегический и операционный маркетинг / пер. с франц. - СПб.: Наука, 2006.
- Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж. Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. - 2-е европ. изд. - СПб.: ИД «Вильяме», 2010.
- Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. – СПб.: Питер.

2008 г.

6. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2009 г.

7. Маслова Т., Божук С., Ковалик Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд., переработанное и дополненное. – СПб.: Питер, 2009 г.

8. Соловьев Б.А. Маркетинг Учебник//Б.А. Соловьев; ИН-т экономики и финансов «Синергия». -М: Инфро-М, 2010-383.

9. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: Учебник для вузов. 5-е издание. – СПб.: Питер, 2008 г.

10. Хибинг Р., Купер С. Настольная книга директора по маркетингу. Маркетинговое планирование. – М.: Эксмо, 2007 г.

11. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. - М.; Экономика, 2009.

7. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническое обеспечение для прохождения практики от университета не требуется. Материально-техническое обеспечение производственной практики от предприятия должно обеспечивать безопасный уровень условий труда.

Разработчики:

1. ФИО, место работы, должность

_____ *подпись*

Приложения к программе практики
Примерная форма индивидуального плана прохождения практики

№ п/п	Содержание работ	Сроки исполнения	Отметки научного руководителя о ис- полнении
1	2	3	4

Подписи: _____ студента

_____ научного руководителя

Сдается на кафедру вместе с отчетом о практике

Формат отчета

Отчет должен содержать исчерпывающие ответы на вопросы программы практики с указанием используемой информации (внутренняя документация предприятия, внешние источники информации – нормативные акты, конъюнктурные обзоры, справочная литература и т.п.).

Кроме основного текстового материала отчет может включать приложения в виде заполненных типовых бланков учетной и отчетной документации, анкет для опроса потребителей и экспертов, плана-проспекта маркетинговых исследований. При необходимости в приложения можно вынести таблицы и рисунки.

Отчет должен быть написан на листах стандарта А-4, иметь титульный лист, оглавление, включающее перечень вопросов и приложений. Примерный объем работы не более 25-30 страниц, исключая приложения.

Отчет должен быть выполнен с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным. Размер шрифта (кегель) – 14.

Текст отчета следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм.

Опечатки и графические неточности, обнаруженные в процессе подготовки отчета, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графики) машинописным способом или черными чернилами, пастой или тушью – рукописным способом.

Основную часть отчета следует делить на разделы, подразделы и пункты. Пункты, при необходимости, могут делиться на подпункты. При делении текста на пункты и подпункты необходимо, чтобы каждый пункт содержал законченную информацию.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений. Точка в конце порядкового номера не ставится.

Разделы и подразделы должны иметь заголовки, в которых четко и кратко отражается содержание разделов, подразделов.

Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту отчета. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки.

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляют. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц отчета. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитывают как одну страницу.

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы) следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в отчете.

Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей справа, без абзацного отступа в одну строку с ее номером.

Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в отчете.

Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера

раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Допускается изменять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте. Шапка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки.

Формулы в отчетах следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всего отчета арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

В отчетах допускается выполнение формул и уравнений рукописным способом черными чернилами.

Приложения оформляют как продолжение отчетов на последующих его листах. В тексте отчета на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте отчета.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение».

Выполненный и оформленный надлежащим образом отчет сдается научному руководителю за три дня до окончания практики. Если отчет не соответствует указанным требованиям, то студент не допускается до защиты.

Защита отчета проводится в последний день практики.