

**АЛМАТЫ ЭКОНОМИКА
ЖӘНЕ СТАТИСТИКА
АКАДЕМИЯСЫ**



**АЛМАТИНСКАЯ
АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ
И СТАТИСТИКИ**

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

**ПРОГРАММА И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по прохождению профессиональной практики
для студентов специальности «5В051100-Маркетинг»**

АЛМАТЫ, 2018 г.

Программа и методические рекомендации по прохождению профессиональной практики для студентов специальности «5В051100-Маркетинг». – Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 2018. – 21 стр.

Составители: Сейтхамзина Г.Ж. – зав. кафедрой «Экономика и менеджмент», к.э.н., профессор
Турсынбаева Д.К – к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»
Жунусбекова Б.Б. – к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»

Рецензенты: Дуйсен Г.М. – д.э.н., профессор кафедры «Экономика и менеджмент»

Обсуждено и рекомендовано на заседании кафедры «Экономика и менеджмент» протокол №1 от «27» августа 2018 г.

Заведующая кафедрой  к.э.н, профессор Сейтхамзина Г.Ж

Одобрено на заседании Учебно-методического Совета ААЭС протокол №1 от «28» августа 2018 г.

Председатель УМС,
проректор по учебной и

воспитательной работе  к.э.н, профессор Бекенова Л.М

Содержание

	Стр.
1 Общие положения	4
2 Руководство и контроль прохождения профессиональной практики	5
3 Цель, задачи и программа прохождения профессиональной практики	8
4 Профессиональная практика	13
5 Требования, предъявляемые к оформлению отчета по профессиональной практике	14
Список использованных источников	20
Приложения	21

1 Общие положения

Профессиональная практика направлена на закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения в Академии, приобретение практических навыков и компетенций, а также освоение передового опыта. Среди которых можно выделить производственную и преддипломную практики. Базами практик являются организации соответствующие профилю специальности «5В051100–Маркетинг» (или родственные организации).

Профессиональная практика на выпускном курсе организуется после полного завершения теоретического обучения. Профессиональная практика направлена на закрепление ключевых компетенций, приобретение практических навыков и опыта профессиональной деятельности по специальности «5В5В051100–Маркетинг». Для подготовки и написания дипломной работы образовательно-профессиональной программой ААЭС предусматривается прохождение **преддипломной** практики. Научное руководство профессиональной и преддипломной практиками осуществляет научный руководитель дипломной работы [1].

По итогам профессиональной практики студенты предоставляют на кафедру «Экономика и менеджмент» письменный отчет, который проверяется руководителем практики и защищается перед комиссией, созданной распоряжением заведующего кафедрой. Результаты защиты отчета оцениваются дифференцированным зачетом по установленной буквенной системе оценок.

Итоги преддипломной практики подводятся на предварительной защите дипломной работы перед комиссией, созданной распоряжением заведующего кафедрой, и оцениваются дифференцированным зачетом по установленной буквенной системе оценок.

2 Руководство и контроль прохождения профессиональной практики

Распределение студентов на профессиональную практику осуществляет кафедра «Экономика и менеджмент». Методическое руководство практикой осуществляет заведующий кафедрой, а оперативно-организационное – научные руководители от кафедры.

До начала профессиональной практики проводится организационно-методическое собрание студентов с их научными руководителями от кафедры. Руководители практики от кафедры разъясняют цель, задачи и порядок прохождения профессиональной практики, ориентируют на качественное выполнение требований программы практики, выдают индивидуальные задания и дневник практики, разрабатывают предварительный график прохождения практики.

Студент прибывает на место практики и приступает к работе в день, указанный в приказе по ААЭС, с отметкой об этом в дневнике и извещении о прибытии. В течение трех дней студент должен уточнить график прохождения практики, согласовав его с руководителями практики от предприятия.

Студент проходит профессиональную практику в организации, выполняя ее правила внутреннего распорядка. Практикант записывает объем выполненных работ в дневник по каждому разделу программы прохождения профессиональной практики ежедневно/еженедельно. Дневник практики проверяется и подписывается руководителем практики от предприятия ежедневно/еженедельно.

В случае неявки на практику в установленный период студент должен предъявить руководителю практики соответствующий документ.

2.1 Обязанности руководителя профессиональной практики от кафедры «Экономика и менеджмент»

На руководителя практики от кафедры возлагаются организация и руководство профессиональной практикой студентов. Руководитель практики от кафедры в соответствии с учебным планом, целью, задачами и программой профессиональной практики обязан:

- обеспечить студентов программой прохождения профессиональной практики;
- организовать своевременное прибытие студентов на место прохождения профессиональной практики;
- обеспечить постоянный контроль за прохождением профессиональной практики в соответствии с календарным планом и настоящей программой;
- систематически проводить консультации для студентов по вопросам выполнения программы профессиональной практики;
- осуществлять контроль за выполнением студентами разделов программы практики и индивидуальных заданий, ведением дневника практики;
- решать организационные вопросы в период профессиональной практики;
- консультировать руководителей практики от организации относительно цели и задач профессиональной практики, методов и форм ее проведения;
- проверять соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил внутреннего распорядка предприятия;

- осуществлять методическое руководство работой студентов по написанию отчета о прохождении профессиональной практики;
 - обеспечить своевременность и качество подготовки письменного отчета о прохождении профессиональной практики и представления его на кафедру после завершения практики;
 - согласовать с руководителем практики от предприятия, учитывая интересы и наклонности студента, а также тему дипломной работы, индивидуальное задание, носящее элементы научного исследования;
 - обеспечить своевременное представление студентом на предзащиту дипломной работы.
- Руководитель практики от кафедры имеет право:
- давать студентам (по согласованию с кафедрой) дополнительные задания для углубленной разработки отдельных вопросов программы прохождения профессиональной практики и/или дипломной работы;
 - отстранять временно (до окончательного решения кафедры или офис регистратора) студента от прохождения профессиональной практики при нарушении им трудовой дисциплины;
 - участвовать в работе комиссии по защите отчета по профессиональной практике, а также – по предзащите дипломной работы.

2.2 Обязанности руководителя практики от предприятия

Непосредственное руководство профессиональной практикой студентов на предприятиях и решение всех организационных вопросов возлагается на назначенных для этой цели руководителей практики от предприятия из числа специалистов (цеха, отдела, лаборатории и других подразделений предприятия), где выделяется рабочее место для студента. Руководители практики от предприятия отвечают за выполнение программы профессиональной практики, рациональное использование времени практикантов и создание нормальных условий для работы, в их обязанности входит:

- ознакомить студентов с производственно-экономической деятельностью организации и подразделения предприятия;
- обеспечить студентов рабочими местами, необходимыми заданиями, согласно программе практики, и отчетно-плановой документацией для сбора исходных данных для написания отчета;
- осуществлять методическое руководство и консультации при выполнении практических и индивидуальных заданий практики;
- организовать контроль прохождения профессиональной практики;
- оценить отчет о прохождении профессиональной практики;
- оформить отзыв-характеристику (Приложение А) на студента-практиканта, в котором отражается умение использовать на практике приобретенные теоретические знания, прилежность, работоспособность, участие в общественной жизни организации.

Содержание фактически выполненной студентами работы за каждый день/неделю записывается в дневник. В конце каждого дня/недели дневник предлагается руководителю практики от предприятия, который делает свои замечания, оценивает выполненную работу.

2.3 Обязанности студентов

Студент-практикант обязан:

- добросовестно выполнять работу, предусмотренную программой прохождения профессиональной практики и индивидуальными заданиями;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего распорядка и техники безопасности, нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты, выполнять все виды заданий, предусмотренные программой прохождения профессиональной практики;
- представить на следующий день после завершения практики на кафедру письменный отчет о результатах практики с отзывом-характеристикой (Приложение А) от руководителя практики на предприятии и дневником;
- защитить отчет по профессиональной практике перед комиссией, созданной распоряжением заведующего кафедрой;
- по итогам преддипломной практики представить на кафедру дипломную работу на предзащиту и пройти предзащиту дипломной работы перед комиссией, созданной распоряжением заведующего кафедрой.

Каждый студент до начала профессиональной практики должен внимательно ознакомиться с ее программой прохождения и требованиями по оформлению отчета, вместе с руководителем практики от кафедры составить индивидуальный график. Во время практики студент ведет дневник, который контролируется руководителем практики от Академии и от предприятия.

3 Цель, задачи и программа прохождения профессиональной практики

Выпускник ААЭС должен не только обладать теоретическими знаниями в области маркетинга, но и уметь творчески решать профессиональные задачи, принимать самостоятельно решения по руководству трудовыми коллективами. В этой связи профессиональная практика является неотъемлемой частью учебного процесса и важным элементом подготовки бакалавров маркетинга для работодателей как из числа государственных предприятий и организаций, так и коммерческих структур.

Целью профессиональная практика является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе учебы, подкрепление практическими навыками маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях, в оптово-посреднических фирмах, торговых домах, в финансовых учреждениях, на предприятиях услуг, овладение конкретными методами и формами организация труда по специальности, изучение передового опыта работы в области маркетинга.

Основные задачи профессиональной практики студентов специальности «5В5В051100–Маркетинг»:

- изучение профессиональной, торговой, маркетинговой деятельности предприятия (фирмы);
- ознакомление с целью, задачами и организационной структурой предприятия (фирмы);
- анализ основных финансово-экономических показателей деятельности

предприятия (фирмы);

- исследование направлений маркетинговой деятельности предприятия (фирмы);

- приобретение навыков и опыта самостоятельной работы по организации маркетинговой деятельности предприятия (фирмы);

- сбор и обработка материалов для написания отчета по профессиональной практике;

- выработка рекомендаций и предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия (фирмы).

Для достижения выше указанных цели и задач студенту необходимо изучить, собрать, проанализировать практический материал по базе практики в соответствии с программой прохождения профессиональной практики и изложить его в отчете. Содержание практики определяется тем, что студенты обладают теоретическими знаниями в области маркетинга, а также практическими навыками, полученными в ходе предыдущей учебной практики и выполнения курсовых работ. Данная программа направлена на изучение маркетинговой деятельности предприятия – базы практики.

Программа прохождения профессиональной практики включает следующие разделы:

3.1 Общая характеристика предприятия (фирмы, организации)

Студент по этому разделу должен описать следующие вопросы:

- краткую историю предприятия, организации или фирмы: название, местоположение предприятия, год образования, организационно-правовую форму, основную и вспомогательную деятельность предприятия;

- организационную и производственную структуру предприятия, фирмы (привести схему управления). Описать задачи и функции основных и вспомогательных служб и цехов предприятия;

- место и значение отдела или службы маркетинга в профессиональной и коммерческой деятельности предприятия (фирмы, организации). Привести организационную схему службы маркетинга, определить взаимосвязь с другими производственными и коммерческими службами, описать задачи и функции службы маркетинга, должностные инструкции маркетологов.

3.2 Анализ основных экономических показателей предприятия (фирмы, организации)

В рамках данного раздела следует провести подробный анализ основных экономических показателей предприятия за последние три года, предварительно оформив их в табличный материал:

(1 строка)

Таблица 1
 Основные экономические показатели ТОО «Счастливый молочник» за
 2015–2017гг

(1 строка)

№	Показатели	Ед. изм.	Год			Изменение 2017г. в % к уровню	
			2015	2016	2017	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Объем производства	тыс.тнг					
2.	Объем реализации	тыс.тнг					
3.	Удельный вес новых видов продукции в общем объеме производства	%					
4.	Удельный вес новых видов продукции в общем объеме реализации	%					
5.	Занимаемая доля рынка	%					
6.	Себестоимость продукции	тенге					
7.	Валовый доход	тыс.тнг					
8.	Рентабельность продаж	%					
9.	Рентабельность продукции	%					
10.	Затраты на маркетинг в целом	тыс.тнг					
11.	Затраты на рекламу	тыс.тнг					
12.	Затраты на стимулирование	тыс. тнг					
13.	Затраты на маркетинг на единицу продукции	тенге					

(2 строки)

Данные таблицы необходимо проанализировать в их динамике с объяснением изменений показателей.

3.3 Исследование маркетинговой деятельности предприятия (фирмы, организации)

В рамках данного подраздела практиканту следует исследовать маркетинговую деятельность организации-базы практики за последние три года:

3.3.1 Анализ маркетинговой среды предприятия (фирмы, организации)

Студенту- практиканту следует изучить маркетинговую среду предприятия:

- макросреда: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, социально-культурные факторы;
- микросреда: поставщики, само предприятие, конкуренты, маркетинговые посредники, клиентура.

3.3.2 Анализ товарной политики предприятия

В рамках данного направления следует изучить товарную политику предприятия (фирмы, организации) по следующим направлениям:

- ассортиментная политика – составить товарную номенклатуру выпускаемых и реализуемых товаров и оказываемых услуг по товарным группам, видам и модификациям; провести анализ товарной номенклатуры с точки зрения ее широты, глубины и гармоничности;
- политика управления жизненным циклом продукции – дать анализ жизненного цикла основных видов выпускаемых (реализуемых) товаров(услуг), продолжительности и специфики каждой его стадии;
 - инновационная политика – изучить процесс планирования новых товаров и расходы на НИОКР;
 - политика качества и конкурентоспособности – исследовать качество с точки зрения потребителей и конкурентоспособность выпускаемых товаров, с точки зрения ценовой и неценовой конкуренции;
 - марочная политика – изучить марочные стратегии;
 - описать дизайн упаковки, его размеры, цвета, форму упаковочного материала; стоимость упаковки по отношению к стоимости самого товара;
 - сервисная политика – проанализировать уровень пред-, в момент и послепродажного сервиса.

3.3.3 Анализ ценовой политики предприятия (фирмы, организации)

В рамках исследования ценовой политики студент должен:

- проанализировать цены товаров данного предприятия (фирмы, организации), а также конкурентов, виды скидок и надбавок на цены;
- описать цели ценообразования;
- изучить методы и стратегии ценообразования и правильность их выбора.

3.3.4 Исследование организации продвижения и распределения товаров предприятия (фирмы, организации)

По данной аспекту студенту необходимо:

- представить структуру продвижения (реклама, стимулирование сбыта, личные контакты, связи с общественностью) продукции и дать анализ эффективности их применения;

- изучить каналы распределения и товародвижения, методы и формы сбыта товаров;
- дать анализ сбыта продукции;
- изучить процесс складирования и транспортировки продукции, поддержание товарно-материальных запасов на предприятии (фирме, организации);
- проанализировать структуру издержек обращения.

3.3.5 Анализ маркетинговых возможностей предприятия (фирмы, организации)

Анализ маркетинговых возможностей предприятия анализ является необходимой предпосылкой для принятия маркетинговых решений и планирования действий по их реализации на практике. В этой связи студенту следует его провести, выбрав один из ниже указанных методов:

- SWOT-анализ предприятия;
- ситуационный анализ;
- STEP-анализ;
- GAP-анализ.

3.3.6 Разработка бюджета маркетинга предприятия (фирмы, организации)

Здесь необходимо описать методику расчета показателей бюджета маркетинговой деятельности с разбивкой по видам затрат. Затем описать каким образом обеспечивается контроль забюджетом на маркетинг.

(1 строка)

Таблица 2

Бюджет маркетинга ТОО «Счастливый молочник» на 2018 г.

(1 строка)

1	Показатели	тысяч тенге	%
1	2	3	4
1	Суммарный доход от продажи, прогнозируемый на год		
2	Затраты на маркетинг, всего в том числе:		
	– реклама		
	– стимулирование сбыта		
	– личные продукции		
	– связи с общественностью		
	– обслуживание потребителей		
	– упаковка		
	– заработная плата сотрудников отдела маркетинга		

	– стоимость получения внешней информации		
	– расходы на проведение маркетинговых исследований		
	– другие затраты		
3	Чистый доход		

(2 строки)

По итогам профессиональной практики студенты предоставляют на кафедре «Экономика и менеджмент» письменный отчет, который проверяется руководителем практики и защищается перед комиссией, созданной распоряжением заведующего кафедрой. Результаты защиты отчета оцениваются дифференцированным зачетом по установленной буквенной системе оценок и оформляются протокольно (Приложение Б).

4 Профессиональная практика

Для подготовки и написания дипломной работы образовательно-профессиональной программой ААЭС предусматривается прохождение преддипломной практики.

Цель преддипломной практики – сбор и анализ практического материала по теме дипломной работы.

Задачи преддипломной практики:

– сбор первичной информации путем проведения маркетинговых или иных исследований;

– разработка конструктивных предложений и рекомендаций по эффективному управлению маркетингом на предприятии на основе выявленных слабых сторон маркетинговой деятельности либо приоритетных направлений его маркетинговых возможностей.

– подготовка проекта дипломной работы для ее предварительной защиты.

Результаты преддипломной практики используются для написания дипломной работы и оформляются как ее аналитическая и конструктивная части.

Итоги преддипломной практики подводятся на предварительной защите дипломной работы перед комиссией, созданной распоряжением заведующего кафедрой, и оцениваются дифференцированным зачетом по установленной буквенной системе оценок и оформляются протокольно [1] (Приложение Б).

5 Требования, предъявляемые к оформлению отчета по профессиональной практике

Отчет должен быть отпечатан на стандартных листах формата А4 (210x297) и переплетен. Ее текст и другие элементы могут быть напечатаны с применением печатающих и графических устройств вывода ЭВМ (или машинописным способом) на одной стороне листа белой бумаги через *одинарный интервал*. В данном случае используется начертание шрифта «TimesNewRoman», кегль 14. Объем отчета по профессиональной практике – 25-40 страниц.

Текст отчета следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 25 мм.

Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя шрифты разной гарнитуры.

Фамилии, названия организаций, предприятий, издания и другие имена собственные в отчете приводят на языке оригинала.

Допускается сокращать имена собственные и приводить названия организаций, предприятий в переводе на язык отчета с добавлением (при первом упоминании) оригинального названия.

Структурными элементами отчета по профессиональной практике являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть (разделы);
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Титульный лист является первой страницей отчета и заполняется по строго определенным правилам (приложение В).

Наименования таких структурных элементов отчета как «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников», а также названия ее разделов и подразделов (параграфов) служат заголовками структурных элементов. Их следует печатать в верхней части листа посередине с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая, выделяя жирным шрифтом [3].

Пример:

Введение

Отчет следует делить на разделы (при необходимости подразделы). Каждый раздел и подраздел должен содержать законченную информацию. Наименования разделов в совокупности должны раскрывать содержание программы, а наименования подразделов в совокупности должны раскрывать соответствующий раздел. Разделы отчета должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки и записанные с абзачного отступа. Подразделы (параграфы) должны иметь

нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номеров раздела и подраздела (параграфа), разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Слова «раздел», «подраздел (параграф)» в заголовках не пишутся. Каждый раздел отчета следует начинать с нового листа (страницы).

«Содержание» отчета включает номера и наименования разделов и подразделов с указанием страниц. Слово «содержание» записывают в виде заголовка (симметрично тексту) прописными буквами.

Пример оформления содержания отчета по профессиональной практике:

Содержание

Введение	3
1 Общая характеристика ТОО «Счастливый молочник»	4
2 Анализ основных экономических показателей ТОО «Счастливый молочник»	8
3 Исследование маркетинговой деятельности ТОО «Счастливый молочник»	
3.1 Анализ товарной политики	12
3.2 Оценка ценовой политики	21
3.3 Исследование организации продвижения и распределения товаров	29
3.4 Анализ маркетинговых возможностей предприятия	35
3.5 Разработка бюджета маркетинга предприятия	38
Заключение	41
Список использованной литературы	42
Приложения	43

Введение, разделы, заключение, список использованных источников, каждое приложение начинаются с нового листа.

Абзацы (красная строка) в тексте начинают отступом, равным пяти знакам (1,0 см).

Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту, начиная с титульного листа. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки, номер на титульном листе не проставляют. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, и распечатки с ЭВМ включаются в общую нумерацию страниц. Иллюстрации, таблицы и распечатки с ЭВМ на листе формата А3 учитывают как одну страницу.

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки и др.) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице с указанием ссылки.

Фотоснимки (если они имеются) размером меньше формата А4 должны быть наклеены на стандартные листы белой бумаги.

Иллюстрации должны иметь сквозную нумерацию и название. (Например: Рисунок 1 – Профессиональная структура ТОО «Счастливый молочник»).

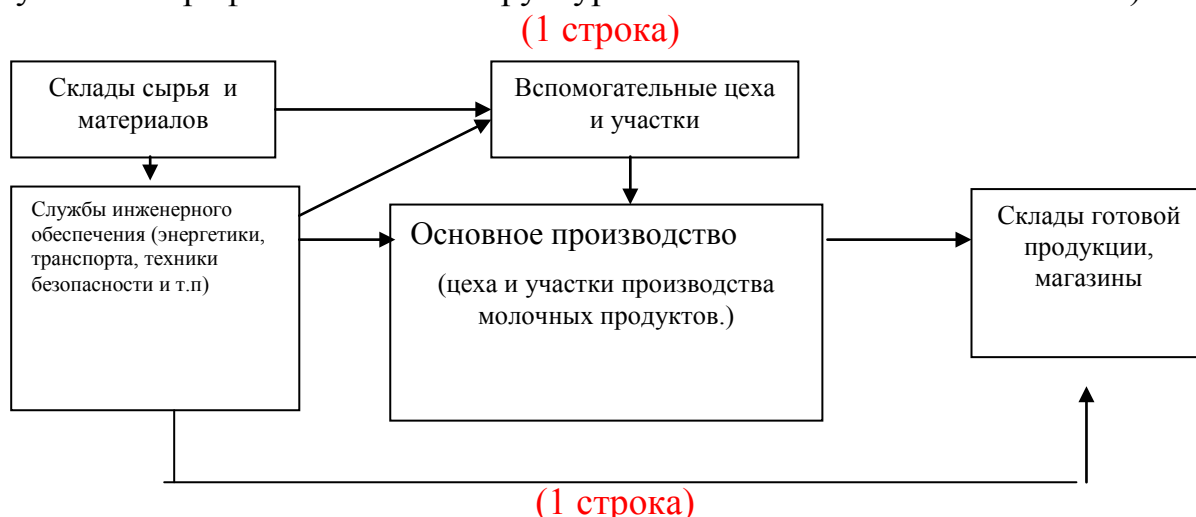


Рисунок 1. Профессиональная структура ТОО «Счастливый молочник»

На все рисунки должны быть ссылки, при ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 1...».

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей с абзачным отступом на следующей строке после слов «таблица 1».

Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в дипломной работе (проекте). При ссылке следует писать «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово "Таблица" и номер ее указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово "Продолжение" и указывают номер таблицы, например: "Продолжение таблицы 1". При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью. При переносе части таблицы нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. Таблицу с большим количеством граф целесообразно выносить в приложение.

Если повторяющийся в разных строках (графах) таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами "То же", а далее - кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и химических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, 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.

Допускается применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте, а именно – кегль №12 при печатании на ЭВМ.

Пример оформления таблиц:

(1 строка)

Таблица 3

Основные экономические показатели ТОО «Счастливый молочник» в 2015 -2017 годы

(1 строка)

№	Наименование показателей	Ед. изм.	2015	2016	2017	2017г. в % к уровню	
						2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Доход от реализации продукции	тыс. тенге	104814,8	110856,0	117562,0	112,2	106,0
2	Себестоимость реализованной продукции	тыс. тенге	78925,5	83308,3	88169,6	111,7	105,8
3	Доход от основной деятельности	тыс. тенге	25889,3	27547,7	29392,4	113,5	106,7
8	Среднемесячная численность работающих	чел	76	76	78	102,6	102,6
10	Коэффициент использования мощности,	%	77,6	73,9	78,4	101,0	106,1
11	Удельный вес новых товаров	%	0	5	4,8	-	96,0
12	Занимаемая доля рынка	%	0,5	0,53	0,59	118,0	111,3
13	Рентабельность продаж	%	24,7	24,8	25,0	101,2	100,6
Пр и м е ч а н и е – составлено автором на основе источников [1; 2; 3]							

(2 строки)

Расстояние между нижним срезом таблицы и текстом должно быть 2 интервала или 1 «пустая строка».

Примечания приводятся в отчете, если необходимы пояснения или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала. «Примечание» следует печатать с абзаца и прописной буквы, предварительно сделав сноску в виде звездочки (*) в названии таблицы или иллюстрации. Слово «Примечание» следует печатать с прописной буквы с абзаца вразрядку, не подчеркивая. Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится тире и примечание печатается с прописной буквы. Одно примечание не нумеруют. Несколько примечаний нумеруют по порядку арабскими цифрами без проставления точки. Примечание к таблице помещают в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после арифметических и математических знаков на другую строку.

Пояснения значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той последовательности, в которой они даны в формуле. Знак каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» с двоеточием.

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Пример оформления формулы:

$$T = (t^2 \times \sigma^2) + \Delta N, \quad (1)$$

где: t – коэффициент доверия, зависящий от вероятности (p), с которой можно гарантировать, что предельная ошибка не превысит t -кратную среднюю ошибку;

σ^2 – дисперсия изучаемого признака;

Δ – предельная (заданная) ошибка выборки;

N – число единиц в изучаемой (генеральной) совокупности.

(1 строка)

Ссылки на использованные источники следует приводить в квадратных скобках (например, [1, с. 15]). При неоднократной ссылке на один и тот же источник в квадратных скобках кроме порядкового номера источника проставляется соответствующая страница.

Перечень определений, обозначений и сокращений, условных обозначений, символов, единиц физических величин и терминов должен располагаться столбцом. Слева в порядке упоминания или в алфавитном порядке приводят сокращения, условные обозначения, символы, единицы физических величин термины, справа – их детальную расшифровку.

Сведения об **использованных источниках** следует располагать в порядке появления ссылок на источники в тексте отчета, нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа.

Пример оформления списка использованных источников:

Список использованной литературы

1 Есимжанова С.Р. Маркетинг в Казахстане: теория, методология, практика. – Монография. – Алматы: «Аян – Эдет», 2001. – 288 с.

2 Статистика рынка товаров и услуг: Учебник / И.К. Беляевский, Г.Д. Кулагина, А.В. Коротков и др., Под ред. И.К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 432 с.: ил.

2 Акимова И.М. Исследование рынка молока // Маркетинг товаров и услуг. – 2010. – №7. – С. 10 – 16.

3 Статистический ежегодник Казахстана, 2010. Статистический сборник / Под ред. А. Е. Мешимбаевой / Агентство Республики Казахстан по статистике. – Астана, 2010. – 516 с.

4 Отчетные данные ТОО «Счастливый молочник» за 2014 – 2016 годы.

Приложения оформляются как продолжение отчета. В тексте отчета на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке появления ссылок на них в тексте отчета.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием сверху посередине страницы слова «**Приложение**» и его обозначения. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Е, З, Й, О, Ч, Ь, Ъ.

Иллюстрации каждого «приложения» обозначают отдельной нумерацией с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например – Приложение А: Рисунок А.1 Механизм управления качеством продукции ТОО «Мир детства».

Таблицу каждого «Приложения» обозначают отдельной нумерацией с добавлением перед цифрой буквенного обозначения приложения. Например – Приложение А: Таблица А1 Результаты анкетного потребителей ТОО «Счастливый молочник».

Приложения должны иметь общую с остальной частью отчета сквозную нумерацию страниц

Список использованных источников

1 Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III «Об образовании» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 18.02.2014 г.)

2 Государственный общеобязательный стандарт образования Республики Казахстан 5.04.019 – 2011 г. Система образования Республики Казахстан.

3 «Типовые правила проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой государственной аттестации обучающихся в высших учебных заведениях» (приказ № 125 Министерства образования и науки Республики Казахстан от 18 марта 2008 года)

4 Государственный общеобязательный стандарт образования Республики Казахстан. Бакалавриат (по экономическим специальностям)

Приложение А

О Т З Ы В

по итогам профессиональной/преддипломной практики студента (-ки) 4 курса специальности «5В5В051100–Маркетинг», группы _____

ФИО

прошедшего практику в _____
(наименование предприятия)

с «__» _____ по «__» _____ 20_ г.

1. Наименование должности, на которую студент был оформлен на практику _____ оплачиваемую или дублером
(подчеркнуть)

2. Краткий отзыв о качестве выполнения должностных обязанностей студентом-практикантом, его профессиональной подготовке

3. Какие недостатки в знаниях, практических навыках и организаторских способностях у студента-практиканта Вы можете отметить по итогам практики

4. Ваши предложения по улучшению качества подготовки специалистов в Алматинской академии экономики и статистики _____

5. Итоговая оценка профессиональной практики студента-практиканта _____
(прописью)

М.П.

О.К.

ФИО, должность, подпись

Руководитель практики от предприятия

Приложение Б

Протокол № ____

от « ____ » _____ 20__ г.

**заседания комиссии по защите
отчетов по профессиональной практике/ предзащите дипломной работы
студентов специальности «5В5В051100–Маркетинг»**

Присутствовали:

Члены комиссии _____
(Ф.И.О., должность)

(Ф.И.О, должность)

(Ф.И.О, должность)

Зав. кафедрой «ЭиМ»

(Ф.И.О, должность)

Согласно графика защиты отчетов по профессиональной практике/предзащите дипломных работ были заслушаны выступления ниже перечисленных студентов и решением комиссии выставлены следующие оценки (баллы):

№	Ф.И.О. студента	Научный руководитель	Оценка
1			
2			
3			
4			

Члены комиссии:

(Ф.И.О., подпись)

(Ф.И.О., подпись)

(Ф.И.О., подпись)

Зав. кафедрой «ЭиМ»

(Ф.И.О., подпись)

Приложение В

АЛМАТИНСКАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И СТАТИСТИКИ

Кафедра «Экономика и менеджмент»

ОТЧЕТ

о прохождении профессиональной практики
(на материалах ТОО «Счастливый молочник»)

Специальность «5В051100–Маркетинг»

Выполнил (-а)

Студент (-ка) __ курса,
группы _____, Ф.И.О.

(подпись студента)

Руководитель практики от
кафедры

Ф.И.О., ученая степень,
ученое звание

(подпись руководителя)

Руководитель практики
от предприятия

Ф.И.О., должность

(подпись руководителя)

Алматы, 2018 г.

