

Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и коммерции

Н.В.Лужнова

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Методические указания для студентов

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Оренбургский государственный университет»

Оренбург
ИПК ГОУ ОГУ
2011

УДК 339.13 (07)
ББК 65.290-2я7
Л 83

Рецензент - доцент, кандидат экономических наук Т.Ф.Мельникова

Лужнова, Н.В.
Л 83 Преддипломная практика : методические указания для студентов /
Н.В. Лужнова; Оренбургский гос. ун-т - Оренбург: ОГУ, 2011. - 25 с.

Методические указания содержат общие требования и рекомендации студентам для плодотворного и успешного прохождения преддипломной практики.

Методические указания составлены в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования и учебным планом по специальности 032401 - Реклама.

УДК 339.13 (07)
ББК 65.290-2я7

© Лужнова Н.В., 2011
© ГОУ ОГУ, 2011

Содержание

Введение.....	5
1 Цели и задачи преддипломной практики	7
2 Базы практики и рабочие места студентов.....	9
3 Содержание преддипломной практики	11
4 Рекомендации по прохождению преддипломной практики	15
5 Требования, предъявляемые к оформлению отчета о преддипломной практике.....	16
6 Руководство преддипломной практикой	19
Приложение А Договор на проведение практики студентов.....	20
Приложение Б Календарный график прохождения преддипломной практики.....	23
Приложение В Форма титульного листа дневника преддипломной практики.....	24
Приложение Г Форма титульного листа отчета о преддипломной практике	25

Введение

Преддипломная практика студентов Оренбургского государственного университета является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке студентов на базах практики. Преддипломная практика является завершающим этапом обучения и проводится после освоения студентами программы теоретического и практического обучения.

Преддипломная практика призвана: формировать представление о профессиональной принадлежности специалиста в области рекламы, современных условиях и тенденциях развития рекламной деятельности коммерческих и некоммерческих предприятий; закреплять и конкретизировать результаты теоретико-практического обучения, умения и навыки прикладного характера в рамках специальности; предоставлять эмпирический материал для обеспечения самостоятельной научной деятельности студента и подготовки дипломной работы.

Общее методическое руководство преддипломной практикой студентов специальности 032401 - Реклама осуществляет кафедра маркетинга и коммерции.

В соответствии с утвержденным учебным планом подготовки специалистов по специальности 032401 - Реклама преддипломная практика проводится на V курсе очной формы обучения в 10 семестре в течение 8 недель.

Настоящие методические указания по прохождению преддипломной практики для студентов специальности 032401 - Реклама очной формы обучения составлены с учетом следующих нормативно-методических документов:

- Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования РФ;
- рабочего учебного плана;
- календарного графика учебного процесса университета;
- программ учебных дисциплин по специальности;
- методических указаний к выполнению курсовых и дипломных работ;
- рекомендаций по разработке программы практики;
- программы практики.

1 Цели и задачи преддипломной практики

Целями преддипломной практики являются:

- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в рамках специальности 032401 – Реклама;
- разработка аналитического раздела программы исследования как составной части плана дипломной работы.

В задачи практики входит:

- изучение конкретной организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка и объектно-предметной области исследования;
- анализ литературы и документальных источников, наблюдение, неформализованное интервью с целью сбора и обработки информации (для теоретической части дипломной работы), разработка программы и инструментария исследования (для практической части дипломной работы);
- создание информационной базы по заявленной теме дипломной работы, первичный анализ данных, составление плана дипломной работы и выдвижение рабочих гипотез исследования.

В этой связи студент должен:

- изучить технологическую, организационную и планово-экономическую информацию о предприятии – объекте исследования;
- дать характеристику предприятия – объекта исследования на основе маркетингового анализа за последние 3 – 5 лет;
- проанализировать рекламную деятельность предприятия – объекта исследования за последние 3-5 лет;
- оценить творческую и экономическую платформы проводимых ранее предприятием – объектом исследования рекламных кампаний;
- выявить направления повышения эффективности рекламной деятельности предприятия в современных рыночных условиях;

- разработать рекомендации для совершенствования рекламной деятельности предприятия – объекта исследования.

2 Базы практики и рабочие места студентов

В качестве мест (баз) преддипломной практики кафедра маркетинга и коммерции определяет организации (предприятия, учреждения), специализирующиеся на оказании услуг в сфере маркетинговых коммуникаций, прежде всего, в сфере рекламы и связей с общественностью, а также любые коммерческие и некоммерческие предприятия, имеющие в своей организационной структуре соответствующие рекламные подразделения или должности специалиста по рекламе. К ним относятся маркетинговые, рекламные агентства и агентства по связям с общественностью, консалтинговые компании, а также академические институты и исследовательские агентства, органы государственной власти, промышленные и торговые предприятия, учреждения культуры и образования.

Основной характеристикой баз преддипломной практики, независимо от организационно-правовых форм, форм собственности и масштабов производственной деятельности, является соответствие профиля их работы специальности 032401 - Реклама. Образец договора между организацией и вузом о прохождении студентом преддипломной практики представлен в приложении А. Срок предоставления договоров о преддипломной практике на кафедру – не позднее, чем за три недели до начала преддипломной практики.

Кафедра маркетинга и коммерции рассматривает заявления студентов о направлении их для прохождения преддипломной практики в иные организации в случае, если профиль работы последних соответствует профилю и требованиям специальности 032401 - Реклама.

При прохождении преддипломной практики студенты могут работать в качестве ассистента (помощника):

- специалиста в области разработки рекламного продукта (дизайн рекламы, рекламная полиграфия и т.д.);
- менеджера по управлению брендами;
- руководителя проекта маркетинговых исследований;

- специалиста в области Event-marketing (организация специальных событий);

- специалиста в области медиапланирования;

- менеджера по связям с общественностью и СМИ.

Студенты проходят практику по установленному рабочему плану практики, разрабатываемому совместно с преподавателем - руководителем преддипломной практики. Типовой график прохождения преддипломной практики представлен в таблице 1. На рабочие места практиканты распределяются руководителем практики от организации в соответствии с их индивидуальными заданиями. При наличии в организациях вакантных мест студенты-практиканты могут работать на штатных должностях.

Таблица 1 – Типовой график прохождения преддипломной практики

Мероприятия по прохождению преддипломной практики	Срок
Оформление документов, инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности, знакомство с предприятием (организацией)	2 дня
Знакомство со спецификой деятельности маркетинговых и рекламных подразделений предприятия (организации)	10 дней
Сбор материала по тематическому направлению дипломной работы	10 дней
Аналитическая обработка собранного материала и выявление направлений совершенствования рекламной деятельности предприятия (организации)	10 дней
Разработка рекомендаций по повышению эффективности рекламной деятельности предприятия (организации)	5 дней
Оформление отчета о преддипломной практике	3 дня

3 Содержание преддипломной практики

Преддипломная практика тесно связана с результатами теоретической и практической подготовки специалистов высшей квалификации и выступает результирующим моментом всего процесса обучения, последним этапом перед написанием и защитой квалификационной (дипломной) работы.

Данный вид практики позволяют практиканту в условиях реальной рекламной среды собрать, обработать, систематизировать и изучить необходимый для дипломной работы материал. В связи с этим каждый студент-практикант совместно со своим научным руководителем по дипломной работе составляет конкретную рабочую программу прохождения практики с учетом темы дипломной работы, базы практики и данными методическими указаниями.

При этом конкретный состав материалов для дипломного исследования, поиск, анализ и систематизация которых осуществляется студентом на месте прохождения практики, определяется совместно с руководителем по дипломной работе, в том числе с учетом достигнутых результатов при прохождении учебной и производственной практик.

Руководитель преддипломной практики от организации может дать дополнительные к программе преддипломной практики указания, отражающие особенности ее прохождения в конкретной организации.

В процессе прохождения преддипломной практики студенты должны получить системное представление о коммуникациях в современной организации, о месте рекламы в информационной индустрии, о механизмах взаимодействия рекламы с другими видами коммуникационного инструментария. У студентов также должно сложиться комплексное представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отдела рекламы; принципах планирования и программирования, а также организации работы данного отдела и его взаимодействии со смежными отделами.

Студенты должны рассмотреть отдельную проблему в области рекламы, соответствующую выбранной теме дипломной работы, более углубленно с акцентом на практическую значимость для деятельности предприятия – объекта исследования.

Потребности организации, выступающей в качестве базы практики, в реализации конкретного направления профессиональной деятельности в сфере рекламы, доступность и практическая возможность сбора исходных данных должны определять выбор темы дипломной работы.

За период прохождения преддипломной практики студент-практикант получает дополнительные теоретические и практические знания по вопросам организации рекламной деятельности на предприятии – объекте исследования; разработке рекламных кампаний; расчету экономической, социальной и коммуникативной эффективности рекламных мероприятий. Весь собранный за время прохождения преддипломной практики аналитический материал необходимо представить кратко и логично в виде отчета о преддипломной практике.

Отчет о преддипломной практике должен содержать: введение, основной текст, представленный в виде разделов, заключение, список использованных документов и приложения (по необходимости).

Во введении должно быть:

- название темы, аналитическое обоснование необходимости разработки данного тематического направления;
- цель и задачи преддипломной практики;
- краткая характеристика предприятия – объекта исследования;
- характеристика рекламной деятельности предприятия – объекта исследования;
- перечень произведенной работы в период преддипломной практики с изложением методов и полученных результатов;
- описание основных изученных документов.

Рекомендуется отразить в основном тексте отчета о преддипломной практике следующие вопросы:

- организационно-экономическую характеристику предприятия – объекта исследования (общая информация о предприятии, история развития, организационная структура и взаимодействие отделов, место в общей структуре предприятия отдела рекламы или специалиста по рекламе, анализ основных экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия за последние 3-5 лет, - объем продаж товаров (услуг), объем прибыли, рентабельность);

- анализ маркетинговой деятельности предприятия (исследование факторов макро- и микросреды, анализ реализации инструментов комплекса маркетинга - товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политик);

- анализ рекламной деятельности (анализ функций, прав и обязанностей специалиста по рекламе (специалистов отдела рекламы), исследование планов рекламных кампаний, проводимых в последние 3-5 лет, анализ творческой платформы рекламных кампаний, изучение медиапланов);

- оценку эффективности рекламных кампаний;

- рекламные исследования предпочтений потребителей и особенностей восприятия ими рекламы, характеристик СМИ и других аспектов, касающихся выбранной студентом темы дипломной работы;

- изучение положительных и отрицательных моментов рекламной деятельности предприятия, касающихся выбранной студентом темы дипломной работы;

- выявление проблем и недостатков в рекламной деятельности предприятия;

- разработку рекомендаций и конкретных мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности, по разработке рекламных кампаний, по содержанию рекламных обращений.

Заключение должно содержать основные полученные за время прохождения преддипломной практики результаты.

Список использованных документов предусматривает перечень изученных студентом документов в процессе прохождения преддипломной практики, на которые в тексте отчета должна быть ссылка.

Приложения могут содержать изученные документы или их копии, необходимые для проведения анализа рекламной деятельности предприятия, медиапланы рекламных кампаний, макеты рекламных обращений.

Новые аналитические данные и расчеты по избранному тематическому направлению студент-практикант может оформить в виде доклада и предложить к рассмотрению на научной студенческой конференции.

4 Рекомендации по прохождению преддипломной практики

Перед направлением на преддипломную практику студент выбирает и согласовывает с руководителем тему. В период прохождения преддипломной практики студент-практикант должен собрать и проанализировать необходимую информацию по тематическому направлению, выявить проблемные моменты и направления рекламной и маркетинговой деятельности предприятия – объекта исследования, разработать мероприятия по повышению эффективности рекламной деятельности предприятия в современных рыночных условиях.

Студент-практикант должен подходить к изучению объектов критически, определяя потери и резервы в организации рекламной деятельности предприятия. Особое внимание должно быть уделено изучению, внедрению передовых методов рекламной деятельности на предприятии, разработке прогрессивных направлений рыночной деятельности объекта исследования.

Во время прохождения преддипломной практики работа студента-практиканта должна быть организована таким образом, чтобы по окончании восьми недель он имел черновой вариант аналитической части дипломной работы с плановыми расчетами и оценкой экономической и коммуникативной эффективности рекламной деятельности предприятия – объекта исследования.

Практическая деятельность студента-практиканта должна быть организована в соответствии с календарным графиком, схема составления которого приведена в приложении Б. В ходе прохождения преддипломной практики студент-практикант обязан периодически вести дневник, титульный лист которого приведен в приложении В. О результатах своей работы студент-практикант должен сообщать руководителю практики от университета не реже одного раза в неделю. В заключении периода преддипломной практики студент-практикант должен предоставить отчет, титульный лист которого приведен в приложении Г.

5 Требования, предъявляемые к отчету о преддипломной практике

Текст отчета выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297мм) по ГОСТ 2.301 одним из следующих способов:

- с применением печатающих и графических устройств вывода ЭВМ (ГОСТ 2.004);

- машинописным – через два интервала. Шрифт пишущей машинки должен быть четким, высотой не менее 2,5 мм, лента только черного цвета (полужирная). Формулы в машинописный текст вносятся от руки;

- рукописным, четким почерком. Цифры и буквы необходимо выполнять тушью или пастой (чернилами) черного цвета.

При выполнении отчета необходимо соблюдать равномерную плотность, контрастность и четкость изображения по всему тексту. В отчете должны быть четкие, не расплывшиеся линии, буквы, цифры и знаки. Все линии, буквы, цифры и знаки должны быть одинаково черными по всему документу. Правый край текста должен быть ровным.

На компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Microsoft Word версии не ниже 6.0. Тип шрифта: Times New Roman Cyr. Шрифт основного текста – обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов, структурных элементов «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных документов», «Приложение» - полужирный, размер 16 пт. Шрифт заголовков подразделов и параграфов: полужирный, размер 14 пт. Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал – одинарный, допускается полуторный. Выравнивание текста по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту (от 15 до 17 мм).

Формулы должны быть оформлены в редакторе формул Equation Editor и вставлены в документ как объект. Размеры шрифта для формул:

- обычный - 14 пт.;

- крупный индекс - 10 пт.;

- мелкий индекс - 8 пт.;

- крупный символ - 20 пт.;

- мелкий символ - 14 пт.

При подготовке текста необходимо добиться, чтобы весь графический материал полностью отображался как на экране в режиме предварительного просмотра, так и на страницах документа при его распечатке.

Это возможно, например, если графический материал вставлен в текст:

- либо командами **Вставка - Рисунок**, которые позволяют вставить рисунки из коллекции, из других программ и файлов, со сканера, созданные кнопками на панели рисования, автофигуры, объекты Word Art, диаграммы (все иллюстрации, вставляемые как рисунок должны быть преобразованы в формат графических файлов, поддерживаемых Word);

- либо командами **Вставка - Объект**, при этом необходимо, чтобы объект, в котором создан вставляемый графический материал, поддерживался редактором Word стандартной конфигурации.

Графические фрагменты, получаемые путем сканирования должны быть высокого качества, с разрешением не менее 300 dpi, с последующим сохранением в формате TIFF или JPEG. Их вставка в документ должна осуществляться с помощью команды **Вставка - Рисунок - Из файла...**

Расстояния между заголовками структурных единиц основного текста (разделов, подразделов, параграфов) должно быть равно 10 мм, расстояния между заголовками структурных единиц основного текста и текстом (предыдущим и последующим) должно быть равно 15 мм. Расстояние между основаниями строк заголовков принимают таким же, как в тексте (в случае, когда заголовок состоит из нескольких предложений, не помещающихся на одной строке). После заголовка в конце страницы должно быть не менее трех строк текста. Каждый раздел рекомендуется начинать с нового листа.

Опечатки, описки, графические неточности, обнаруженные в процессе выполнения отчета, допускается исправлять подчисткой или закрасиванием белой краской и нанесением в том же месте исправленного текста машинописным способом или черными чернилами. Помарки и следы не

полностью удаленного прежнего текста, а также повреждения листов отчета не допускаются.

Текст отчета рекомендуется печатать без выполнения рамки, соблюдая следующие размеры полей:

- верхнее – не менее 20 мм;
- правое – не менее 10 мм;
- левое – не менее 30 мм;
- нижнее – не менее 20 мм.

Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа, без точки в конце. Номер страницы входит в текстовое поле и располагается на расстоянии 5 мм от нижней строки. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. На титульном листе номер страницы "1" не проставляется.

При формировании страницы от абзаца не должно отрываться (переноситься на другую страницу или оставаться на ней) менее двух строк. Страницы отчета должны быть заполнены не менее, чем на 90 %.

Объем отчета – 25 (при одинарном интервале) – 35 (при полуторном интервале) страниц.

6 Руководство преддипломной практикой

Непосредственное руководство прохождением преддипломной практики осуществляется уполномоченным преподавателем кафедры и определенным руководителем практики от предприятия. Ответственность за качество руководства студентами-практикантами несет заведующий кафедрой.

По окончании преддипломной практики студенты защищают отчеты по практике в соответствии с графиком защиты, утвержденным заведующим кафедрой маркетинга и коммерции.

Формальным основанием для допуска студентов к сдаче зачета по преддипломной практике являются полностью оформленный отчет, заполненный дневник по практике и отзыв (характеристика), подписанные руководителем от базы практики.

В результате защиты отчета по практике студенты получают зачет с оценкой по пятибалльной шкале. Оценка одновременно проставляется в ведомость, зачетную книжку студента и «Дневник студента по практике». Оценка, полученная студентами на зачете по практике, вносится в «Приложение к диплому специалиста» и учитывается при назначении стипендии.

Студенты, не выполнившие программу практики, получившие отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета не допускаются к дипломному проектированию и могут быть исключены из Университета за академическую задолженность. В случае уважительной причины студенты, не получившие зачет по практике, направляются на повторное прохождение практики.

Приложение А

ДОГОВОР НА ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ

г. Оренбург

№ _____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет», именуемый в дальнейшем Университет, в лице декана факультета экономики и управления Буреш Ольги Викторовны действующего на основании доверенности № 45-юр от «09» марта 2009 _____ г. с одной стороны, и

_____ (наименование предприятия, организация, учреждение)

именуемая (ое) в дальнейшем Организация, в лице _____

(должность, Ф.И.О.)

_____ действующего на основании _____

(Устава, Положения, доверенности)

с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

Стороны принимают на себя обязанности по организации практики студентов на условиях предусмотренных настоящим договором.

2. Обязанности сторон

2.1 Организация обязуется:

- предоставить Университету _____ рабочих мест для проведения практики студентов;

- назначить квалифицированных специалистов для руководства практикой, которые контролируют организацию практики в соответствии с программой, оказывают помощь студентам в подборе необходимых материалов для выполнения индивидуальных заданий, по окончании практики дают отзыв о работе студента и качестве подготовленного студентом отчета и т.п.

- обеспечить студентам условия безопасной работы на каждом рабочем месте. Проводить обязательные инструктажи по охране труда: вводный и на рабочем месте с оформлением установленной документации; в необходимых случаях проводить обучение студентов-практикантов безопасным методам работы;

- расследовать и учитывать несчастные случаи, если они произойдут со студентами в период практики в Организации совместно с представителями Университета, в соответствии с трудовым законодательством;

- создать необходимые условия для выполнения студентами программы практики. Не допускать во время практики использования студентов практикантов на работах, не предусмотренных программой практики;

- предоставить студентам возможность ознакомиться с организацией работ в подразделениях и участвовать в их производственной деятельности, выполняя конкретные задания на рабочих местах;

- о всех случаях нарушения студентами трудовой дисциплины и правил внутреннего распорядка Организации сообщать в университет.

2.2 Университет обязуется:

- назначить квалифицированных специалистов из числа преподавателей выпускающих кафедр для руководства практикой;
- за один месяц до начала практики предоставить Организации для согласования положение, программу практики, информировать о сроках проведения практики, предоставить списки проходящих практику студентов (Приложение 1);
- направить в Организацию в сроки, предусмотренные календарным планом проведения практики (Приложение 2);
- проводить необходимые организационные мероприятия по выполнению программы практики;
- принимать участие в расследовании комиссией Организации несчастных случаев, происшедших со студентами в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации.

3. Ответственность сторон

3.1 Стороны несут ответственность за невыполнение возложенных на них обязанностей по организации и проведению практики студентов в соответствии с действующим законодательством РФ, Положением о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования и действующими Правилами по технике безопасности.

3.2 Все споры, возникающие между сторонами по настоящему договору, разрешаются в установленном порядке.

4. Срок и условия действия договора

4.1 Срок действия договора:

Начало – « ____ » _____ 20__ г.

Окончание – « ____ » _____ 20__ г.

4.2 Договор вступает в силу после его подписания сторонами.

4.3 Договор составляется в двух экземплярах, один из которых находится в Университете, а другой – в Организации.

5. Юридические адреса и подписи сторон

ГОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

Факультет экономики и управления
460018, г. Оренбург,
проспект Победы, 13

Декан ФЭУ ГОУ ОГУ

_____ Буреш О.В.

(подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

М.П.

Кафедра МиК _____

Организация

Руководитель предприятия, организации,
учреждения

_____ (подпись) (Ф.И.О.)

« ____ » _____ 20__ г.

М.П.

1. Список практикантов

№ п/п	Ф.И.О. практиканта	№ учебной группы	Кафедра

2. Руководитель практики от организации _____
(должность, Ф.И.О.)

3. Руководитель практики от университета _____
(должность, Ф.И.О.)

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
проведение практики

Специальность	Курс	Срок практики		Вид практики

Приложение Б

КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК прохождения преддипломной практики

Наименование работ	Подразделение предприятия, где выполнялась работа	Срок выполнения		Подпись руководителя практики о выполнении работы
		план	отчет	

Приложение В

Форма титульного листа дневника преддипломной практики

Министерство образования и науки Российской Федерации

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра маркетинга и коммерции

Д Н Е В Н И К преддипломной практики студента

Ф.И.О. _____

Факультет экономики и управления

Группа _____

Место прохождения практики _____

Руководитель практики
от университета _____

Начало практики « ____ » _____ 20__ года

Окончание практики « ____ » _____ 20__ года

Зав. кафедрой маркетинга и коммерции

Т.П. Медведева

Декан факультета экономики и управления

О.В. Буреш

(печать)

Приложение Г

Форма титульного листа отчета о преддипломной практике

Министерство образования и науки Российской Федерации

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра маркетинга и коммерции

О Т Ч Е Т о преддипломной практике

на _____
(наименование предприятия, организации)

Исполнитель

Студент, факультет,

курс, группа

(Ф.И.О.)

Руководитель практики

от университета

(должность)

(Ф.И.О.)

Руководитель практики

от организации

(должность)

(Ф.И.О.)

Оренбург, 20__ г.