**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ ПМР**

**ГОУ «Тираспольский колледж бизнеса и сервиса»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**по организации и прохождению**

**преддипломной практики**

**для студентов специальности**

**080501 «Менеджмент в сфере сервиса»**

**дневного и заочного отделения**

**Тирасполь, 2014**

Загужельская О.В. Методические указания по организации и прохождению преддипломной практики для студентов специальности 080501 «Менеджмент в сфере сервиса»- Тирасполь: ТКБиС, 2014.

Методические указания по организации и прохождению преддипломной практики содержат вопросы организации данного вида практики, требования к составлению отчёта.

Утверждено на заседании методического совета

Протокол №\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

 Рассмотрено и одобрено на заседании ПЦК

 общепрофессиональных и спецдисциплин

 экономического профиля

 Протокол №\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

 Председатель ПЦК

 Решитко Е.П.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**СОДЕРЖАНИЕ**

**ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………….4**

1. Тематический план…………………………………………………………6
2. Содержание преддипломной практики…………………………………...7
3. Структура отчёта преддипломной практики………...………………….14
4. Требования к оформлению отчёта……………………………………….16

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………...23**

**РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА………………………………………..24**

**ПРИЛОЖЕНИЯ………………………………………………………………...27**

**ВВЕДЕНИЕ**

Данные методические указания предназначены для студентов специальности 080501 «Менеджмент в сфере сервиса»и определяет содержание преддипломной практики и материалы отчетности.

Преддипломная практика является важнейшей частью подготовки высококвалифицированных специалистов и имеет своей задачей закрепление теоретических знаний, полученных студентами во время обучения, приобретения более глубоких практических навыков по специальности и профилю будущей работы

**Основные задачи преддипломной практики**:

- овладение знаниями и умениями по специальности 080501 «Менеджмент в сфере сервиса»и соответствовать квалификации «**МЕНЕДЖЕР»**;

- ознакомление с основными функциями, задачами маркетинговой службы на предприятии;

- изучение специфики и направлений развития маркетинговой службы в области маркетинговых исследований и рекламной деятельности;

- ознакомление с деятельность предприятия в области маркетинга, информации, маркетинговых коммуникаций;

- изучение требований современного предприятия в обеспечении рабочими местами молодых специалистов;

В процессе прохождения преддипломной практики **студенты должны знать:**

- субъекты и объекты рынка рекламы, ее цель и задачи;

- историю, этапы становления, современное состояние и основные перспективные направления развития маркетинговой деятельности;

- проблемы формирования, развития, функционирования рекламы на предприятии;

- стили управления;

- методы принятия управленческих решений;

- типы структур организаций.

**студент должен уметь:**

- определять стили управления;

- применять на практике управленческие решения основываясь на теоретические знания;

**студент должен иметь представление:**

- структуре управления;

- об основах проектирования, организации, управления, контроля, регулирования в организации;

- конфликтах и стрессовых ситуациях проходящих на предприятии;

- коммуникации в организации.

 Сроки преддипломной практики определяются учебными планами подготовки студентов по специальности: 080501 «Менеджмент в сфере сервиса»и составляют 10 рабочих дней (72 часа).

 Место прохождения практики определяется с учетом пожелания студентов и может быть выбрано студентом самостоятельно или предлагается руководителем практики. Для прохождения практики студенты получают направление.

 В течение последней недели студент должен оформить отчет в соответствии с изложенными ниже требованиями, получить отзыв руководителя от организации и заключение руководителя.

 Общее руководство преддипломной практикой осуществляется заместителем директора колледжа по учебно-производственной работе, преподавателями колледжа.

По окончанию преддипломной практики предусмотрена защита отчёта с выставлением оценки.

1. **ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Содержание работ | Дневное отделение | Заочное отделение |
| 1. Организация информационно - аналитической,товарно-производственной, сбытовой деятельностипредприятия | 3 дня(21ч.)18.05,19.05,20.05 | 3 дня(21ч.) |
| 2. Организация маркетинговых исследований проводимых маркетинговой службой | 2 дня(14ч.)21.05,22.05 | 2 дня(14ч.) |
| 3. Индивидуальные задания для студентов | 4 дня(30ч.)25.05,26.05,27.05,28.05 | 4 дня(30ч.) |
| 4. Оформление отчета по практике | 1день(7ч.)29.05 | 1день(7ч.) |
| Итого: | 10дн(72ч.) | 10дн(72ч.) |

1. **СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**
2. **Организация информационно - аналитической, товарно-производственной, сбытовой деятельности предприятия**

При прохождении практики в организации и студент - менеджер, должен быть подготовлен к решению профессиональных задач:

 **а) в информационно-аналитической деятельности:**

 − организация и непосредственное участие в проведении комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений;

 − изучение конъюнктуры рынка;

 − проведение ранжирование рынков по определенным критериям и выбор

наиболее перспективных целевых рынков;

 − проведение сегментации рынков и выбор целевых сегментов;

 − изучение поведения потребителей и способов воздействия на него;

 − выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;

 − изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;

 − разработка программ по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендаций по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами;

 − анализ конкурентной среды с учетом изменений налоговой, ценовой и

таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи,

конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт.

**б) в товарно-производственной деятельности:**

 − подготовка предложений по формированию товарного ассортимента;

 − поиск и разработка идей по созданию нового товара;

 − разработка концепций и рекомендаций по организации производства новых товаров.

 **в) в сбытовой деятельности:**

 − разработка стратегий сбыта;

 − выбор каналов распределения, организация системы товародвижения и

продаж;

 − проведение целенаправленной товарной политики;

 − определение ценовой политики;

 − создание системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж).

**г) в экономико-управленческой деятельности, в т.ч. проектно-плановой:**

 − участие в разработке и экономическом обосновании оперативных и стратегических планов деятельности предприятия на национальном и международных рынках;

 − участие в проведении финансово-экономического анализа функционирования предприятия и разработка комплекса маркетинга;

 − организация службы маркетинга на предприятии как подразделения,

обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех структур

предприятия;

 − обеспечение управления инвестициями и рисками;

 − повышение эффективности общественно-полезной деятельности предприятия

(организации);

 − управление и контроль маркетинговой деятельности предприятия

(организации).

1. **Организация маркетинговых исследований проводимых маркетинговой службой**

При прохождении практики в службе маркетинга предприятия студенту необходимо выполнить следующее:

 − изучить регламентирующие деятельность службы маркетинга документы (Положение и должностные инструкции работников);

 − сделать анализ организационной структуры службы маркетинга;

 − сделать маркетинговый анализ деятельности предприятия: дать характеристику дальнего окружения фирмы (макросреды предприятия); сделать общий анализ внутренних факторов маркетинга (товар, цена, место продажи, продвижение товара); сделать SWOT-анализ фирмы (выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы для него во внешней среде); сделать анализ ценообразования на предприятии и применяемой ценовой политики; рассчитать уровень нулевой прибыли (точку безубыточности) хотя бы по одному товару; выполнить позиционирование одного из товаров фирмы; дать общую оценку конкурентного окружения фирмы.

 − разработать план маркетинга предприятия (можно по одному товару):

сформулировать миссию фирмы (если она имеется, то дать ей критическую оценку); сделать прогноз продаж на ближайшую перспективу (год, полгода); сформулировать цель предприятия по данному (выбранному) товару (или товарной группе); обосновать стратегию достижения цели предприятия; составить план конкретных действий; произвести упорядочение действий плана маркетинга.

 **Руководитель практики обязан:**

 − до начала практики согласовать на предприятии (в учреждении, организации) вопросы приема студентов-практикантов, уточнить порядок оформления пропусков, график и календарный план прохождения практики;

 − составить и согласовать с руководством организации рабочий план

прохождения практики с указанием рабочего места студента, графика работы и индивидуального задания;

 − контролировать обеспечение предприятием нормальных условий труда и отдыха студентов;

 − инструктировать о порядке прохождения практики, консультировать

студентов, проверять правильность и качество выполняемых работ;

 − информировать заведующего кафедрой и декана о ходе практики;

 − проверить отчет по преддипломной практике и представить развернутое письменное заключение о ее результатах;

 − принимать участие в комиссии по приему зачета по практике и в подготовке материалов для участия в студенческих научных конференциях и конкурсах;

 − дать отзывы и замечания о проведении практики, предлагать мероприятия по ее совершенствованию;

 − проводить работу в тесном контакте с руководителем практики от

предприятия.

 Решение о прохождении студентами практики оформляется приказом

руководителя организации, при этом на него возлагаются следующие обязанности:

 − закрепить за студентами непосредственных руководителей практики от

организации;

 − предоставить студентам рабочие места в соответствии с программой и

графиком прохождения практики;

 − контролировать трудовую дисциплину студента и соблюдение им правил внутреннего трудового распорядка;

 **Функции руководителя практики от организации:**

 − ознакомить студентов с организацией работ на рабочем месте, охраной труда и техникой безопасности, эксплуатацией техническими средствами и т.д.;

 − организовать работу студентов в соответствии с программой и графиком работ;

 − осуществлять контроль за работой практикантов, помогать им правильно выполнять задания, знакомить с особенностями производства, консультировать по производственным вопросам;

 − проверять заполнение форм отчетности, других необходимых материалов;

 − дать письменный отзыв об отношении студента к работе, о выполнении им программы.

 **Во время прохождения практики студент обязан:**

 − полностью выполнить объем работ, предусмотренный программой практики;

 − собрать практический материал для написания дипломной работы;

 − подчиняться действующим в организации правилам трудового распорядка;

 − изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;

 − нести ответственность за выполненную работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками;

 − своевременно представить письменный отчет и отзыв руководителя практики от организации, сдать зачет по практике.

**3. СТРУКТУРА ОТЧЁТА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

 **Дневник практики**

В период прохождения преддипломной практики студент – практикант обязан вести дневник, который заполняется в соответствии с заданием. Дневник следует заполнять ежедневно, указывая род занятий, количество часов, оценку с подписью руководителя от предприятия и оформляться следующим образом:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Род занятий | Кол-во часов | Оценка | Подпись руководителя от предприятия |
|  |  |  |  |  |

На титульном листе дневника обязательны печать предприятия и подпись руководителя практики от организации. Дневник представляется на защите с отчётом по практике.

**Отчёт практики**

Отчет о прохождении преддипломной практики с отзывом руководителя от организации в двухдневный срок после окончания практики предоставляется руководителю практики.

 Общий объем отчета не должен превышать 25 страниц печатного текста. Титульный лист отчёта оформляется в соответствии с установленными требованиями (Приложение). На титульном листе обязательна печать предприятия. По окончании преддипломной практики также необходимо приложить к отчёту характеристику (Приложение) руководителя практики от предприятия, заверенную печатью организации.

Рекомендуется следующий порядок размещения материалов в отчёте:

- титульный лист;

- дневник практики;

- характеристика руководителя практики от предприятия на студента – практиканта;

- содержание;

- основные разделы отчёта по преддипломной практике;

- список литературы;

- приложения;

- фотоотчёт (к отчёту прилагается диск с фото- и видеоматериалы, отражающие деятельность студента во время прохождения практики).

**Отчет состоит из введения, 4-х разделов, заключения и приложений.**

Во введении к отчету освещаются условия, в которых прошла практика и встретившиеся трудности, указывается конкретное участие студента в деятельности организации, высказываются пожелания по улучшению организации практики.

 **Первый раздел** должен содержать общую характеристику организации и

основных показателей ее хозяйственной деятельности.

 **Второй раздел** отражает постановку коммерческой деятельности (ее контроля и инспектирования) в данной организации.

 **Третий раздел** содержит описание методики подбора, проверки и анализа экономических показателей и другой деловой информации, таблицы, диаграммы и графики, а также пояснительные записки студента к ним.

 **Четвертый раздел** отражает результаты самостоятельной работы студента по сбору практического материала для написания дипломной работы.

 **В заключении** необходимо сделать вывод о состоянии дел в той сфере, в которой специализировался студент во время прохождения практики, и дать рекомендации по дальнейшему совершенствованию коммерческой деятельности (ее контроля и инспектирования) в данной организации.

**4. ОФОРМЛЕНИЕ ТЕКСТА**

**Печатать следует** на одной стороне листе формата A4 (210 x 297 мм).

**Поля страницы:** левое - 3 см, правое - 1,5 см, нижнее 2 см, верхнее - 2 см до номера страницы.

**Текст печатается** через 1,5 интервала, красная строка - 1,27 см.

**Шрифт: Times New Roman, размер шрифта - 14 пт.**

**Нумерация страниц и разделов**

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему документу. Номер проставляется внизу справа шрифтом № 10.

Титульный лист, включается в общую нумерацию, но номер страницы на нем не проставляется. Иллюстрации, таблицы, графики, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц.

Основная часть работы состоит из разделов, подразделов, глав, параграфов, пунктов и подпунктов. Они нумеруются (кроме введения, заключения, списка литературы, приложений) арабскими цифрами.

**Пример:**

**Раздел 1,**

**Подраздел 1.1,**

**пункт 1.1.1,**

**подпункт 1.1.1.1**

Разделы и подразделы должны иметь заголовки. Слово "раздел" не пишется.

Заголовки разделов, Введение, Заключение, Содержание, Список литературы, Приложения располагают в середине строчки без точки в конце сроки, отделяя от текста тремя межстрочными интервалами.

 Переносы в заголовках не допускаются. Каждую главу рекомендуется начинать с новой страницы.

**Графический материал**

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки, рисунки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если в указанном месте они не помещаются.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Например, "... в соответствии с рисунком 2" при сквозной нумерации и "... в соответствии с рисунком 1.2" при нумерации в пределах раздела. Допустима также ссылка на иллюстрацию заключенная в скобках, например (рисунок 4).

Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы. Номер следует размещать под иллюстрацией посередине после слова “Рисунок”.

Если в работе только одна иллюстрация, её нумеровать не следует и слово “Рисунок” под ней не пишут.

**Таблицы**

Цифровой материал рекомендуется помещать в работе в виде таблиц. Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в тексте.

Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы. Номер следует размещать в левом верхнем углу над заголовком таблицы после слова “Таблица”. Допускается нумерация таблиц в пределах раздела. Если в работе одна таблица, её не нумеруют и слово “Таблица” не пишут.

Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещается ниже слова “Таблица”. Слово “Таблица” и заголовок начинаются с прописной буквы, точка в конце заголовка не ставится.

Заголовки граф таблицы должны начинаться с прописных букв, подзаголовки со строчных, если последние подчиняются заголовку. Заголовки граф указываются в единственном числе. Графу “№ п/п” в таблицу включать не следует.

Таблицу следует размещать так, чтобы читать её без поворота работы, если такое размещение невозможно, таблицу располагают так, чтобы её можно было читать, поворачивая работу по часовой стрелке.

При переносе таблицы головку таблицы следует повторить, и над ней размещают слова “Продолжение таблицы”, с указанием её номера. Если головка таблицы велика, допускается её не повторять, в этом случае следует пронумеровать графы и повторить их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы не повторяют.

Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы отсутствуют, то ставится прочерк. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается. Если все показатели, приведённые в таблице, выражены в одной и той же единице, то её обозначение помещается над таблицей справа.

Заменять кавычками повторяющиеся в таблице цифры, математические знаки, знаки процента, обозначения марок материала, обозначения нормативных документов не допускается.

**Формулы и уравнения**

Пояснение значений, символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, как и в формуле.

Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки, первую строку пояснения начинают со слова “где” без двоеточия.

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.

Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства (=), или после знака плюс (+), или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке.

Формулы и уравнения в работе следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении напротив формулы. Допускается нумерация формул в пределах раздела.

 **Основные вопросы, необходимые для освещения в отчете**

В ходе практики в организации студентом должны быть изучены и кратко отражены в отчете:

 − ее организационно-правовая форма;

 − содержание учредительных документов;

 − организационная структура управления;

 − учетная политика (приказ об учетной политике);

 − налоговый режим;

 − результаты проверок органов государственного контроля;

 − формы государственной статистической отчетности.

 Должны быть проработаны и освещены в отчете нормативные документы, регламентирующие торгово-предпринимательскую деятельность организации, маркетинговую деятельность, в т.ч. касающиеся регистрации, лицензирования, сертификации и стандартизации, соблюдение правил пожарной безопасности, охраны труда и т.д.

 Дать развернутую характеристику структуры коммерческой службы организации, маркетингового отдела (или др. отдела, занимающегося вопросами маркетинга и рекламы), функций и задач входящих в эти подразделения, численности, состава и организации оплаты труда работников, взаимоотношений с экономическими и другими службами организации, применения вычислительной техники в расчетах.

Охарактеризовать уровень технического оснащения и организации торговли, транспортных, погрузочно-разгрузочных работ и хранения товарно-материальных ценностей, дать оценку усилиям руководства по их совершенствованию.

 В процессе практики следует изучить взаимоотношения организации с деловыми партнерами (в том числе с банками): уровень договорной работы, формы расчетов, дисциплину поставок и выполнения других обязательств, содержание экономических санкций за их недобросовестное исполнение, выявить причины и охарактеризовать последствия для организации.

**При осуществлении организацией внешнеэкономической деятельности:**

 − изучить регламентирующие эту деятельность документы (Положение о службе внешнеэкономической деятельности, если таковая имеется, должностные инструкции работников), договорную работу предприятия с зарубежными контрагентами (по международным торговым контрактам), формы расчетов.

 − изучить порядок открытия и ведения операций по валютному счету.

**В области ценообразования:**

 − ознакомится с законодательными актами, регулирующими процесс ценообразования на предприятии;

 − ознакомиться с внутренними нормативными документами в области ценообразования;

 − провести анализ структурных элементов цены продукции (услуг), реализуемых предприятием: определить состав элементов, их удельный вес, порядок включения в цену продукции. Изучить нормативные акты, определяющие порядок включения этих элементов в себестоимость продукции. Себестоимость продукции как основа цены. Провести анализ себестоимости. Изучить положение, определяющее порядок калькуляции себестоимости продукции предприятия;

 − описать стратегию и основные тактические приемы ценообразования.

 При прохождении практики **на оптовом (розничном) торговом предприятии** для приобретения навыков самостоятельной работы в качестве коммерсанта студент должен ознакомиться с организацией оптовой (розничной) торговли и особенностями коммерческой деятельности предприятия, кратко отразить в отчете следующие вопросы:

 − вид, тип, специализация предприятия;

 − характеристика торговой сети предприятия;

 − организационная структура предприятия (характеристика, анализ, функции коммерческой службы);

 − организация коммерческой работы на предприятии (организация хозяйственных связей с поставщиками и покупателями товаров; коммерческая работа по оптовым закупкам и продаже товаров; организация торговли на аукционах; организация экспортно-импортных операций);

 − управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах (методы оптовой продажи товаров; технологические операции по приемке товаров от транспортных организаций; проведение экспертизы качества товаров; документооборот по отпуску товаров);

 − формирование ассортимента на торговом предприятии (факторы, влияющие на формирование ассортимента; ассортиментный профиль; разработка ассортиментных перечней; рассчитать коэффициенты полноты, глубины, и стабильности ассортимента на данном торговом предприятии);

 − организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживание покупателей (применяемые методы продажи товаров; дополнительные услуги, оказываемые покупателям; внемагазинные формы торгового обслуживания);

 − управление торгово-технологическим процессом и организация труда в

магазине;

 − уровень оказываемых услуг.

 Определить:

− уровень специализации;

− уровень конкурентной борьбы на товарном рынке;

− насыщенность торговой сети города (района).

 **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Результатом успешного прохождения студентом преддипломной практики являются:

- оформленные в соответствии с требованиями отчёт и дневник практики, представляемые на защиту практики;

- положительная характеристика качества работы студента со стороны руководителя практики от организации.

По итогам практики и результатам защиты отчета студенту ставится дифференцированный зачет. Для организации защиты создается комиссия из числа ведущих преподавателей колледжа.

 При оценке работы учитываются:

 − выполнение программы;

 − качество и глубина проработки индивидуальных заданий;

 − инициативность выполнения работ;

 − трудовая дисциплина;

 − оформление отчета.

Дата и время защиты практики устанавливаются в соответствии с календарным графиком учебного процесса.

Защита практики состоит в коротком докладе (8-10 мин.) студента и в ответах на вопросы по существу отчёта.

В процессе защиты студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета не допускается к защите диплома.

**РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

**ОСНОВНАЯ**

1. Алехина О.Е. Стимулирование развития работников организации. Управление персоналом. 2002 .
2. Аллин О.Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала. М. Генезис. 2005 .
3. Богданов Ю.Н., Зорин Ю.В., Шмонин Д.А., Ярыгин В.Т. Мотивация персонала. Методы менеджмента качества. – 2001 .
4. Веснин В.Р. Основы менеджмента. – М.: Триада-ЛТД, 1996 г.
5. Виханский О.С. Стратегическое управление. – М.: Гардарики, 2000 .
6. Мескон М.Х., Основы менеджмента. Х.М. Мескон, М Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело ЛТД, 1994.
7. Ян Мейтланд «Руководство по управлению персоналом в малом бизнесе» Москва, 1996 .

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ**

1. Мазманова Б.Г. Управление оплатой труда: Учеб. Пособие/Б.Г. Мазманова. М.: Финансы и статистика, 2001.
2. Максимцев М.М., Игнатьева Л.В., Комаров М.А. «Курс менеджмента»: учебник для ВУЗов – Москва, Издательство «Инфра М», 2001.
3. Маршалл Г.У., Джонстон М.У. Анализ и прогнозирование продаж. Подбор и мотивация торгового персонала. М., ИД Вильямс, 2007.
4. Мерсер Д. «ИБМ. Управление в самой преуспевающей корпорации мира», Москва, 1991 .
5. Мескон М.Х., Основы менеджмента. Х.М. Мескон, М Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело ЛТД, 1994.
6. Полднев К. Формирование и развитие карьеры. Служба кадров. – 2002.
7. Ричи Ш. Управление персоналом. Управление мотивацией. Учебное пособие, М., Юнити – 2008.
8. Русинов Ф.М., Разу М.Л. «Современный российский менеджмент»: учебник – Москва, Издательство «ФБК-Пресс», 2000.
9. «Справочник директора предприятия», Москва, 1996 г.
10. Старобинский Э.К. «Основы менеджмента на коммерческой фирме», Москва, 1994 .
11. Твайла Делл «Честные трудовые дни» – Twyla Dell, «Honest Days Work», 1988.
12. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия: Учеб – практ. пособие – 2 е изд./В.В. Травин, В.А. Дятлов. – М.: Дело, 2000.
13. Уткин Э.А. Издательство «Экмос», «Основы мотивационного менеджмента» – Москва, 1999.
14. Хлюнева М.В., Звезденков А.А., Верхоглазенко В.Н. Пирамида Маслоу плюс или Когда бесспорное стало сомнительным // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – №5.
15. Цветаев В.М. Управление персоналом. СПб: Питер, 2002.
16. Цыпкин Ю.А. Управление персоналом. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
17. Шекшня С.В. «Управление персоналом современной организации»: учебно-практическое пособие – С.-Петербург, Издательство «Теринвест», 2000.
18. Щукин В. «Как организовать оптимальную систему оплаты и стимулирования труда», Управление персоналом. – 2000 – №12.
19. Ян Мейтланд «Руководство по управлению персоналом в малом бизнесе» Москва, 1996 .