

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА ПО
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг
в торговой деятельности»**

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ
ПРАКТИК**

Махачкала - 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ) ПРАКТИКИ

1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – ознакомительная.

Способ проведения практики – стационарная.

Форма проведения практики – дискретная, путем выделения периода учебного времени для проведения практики (по 1-ой неделе в 2-х семестрах).

Место проведения практики.

Учебная (ознакомительная) практика проводится в форме аудиторных занятий, а также в форме выездных занятий на предприятиях, в учреждениях, организациях сферы торговли, сбыта и товарного обращения. Кафедра, осуществляющая руководство учебной практикой, назначает руководителя практики.

Практика может быть организована полностью или частично с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации ДГУНХ в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредствованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики как со стороны университета, так и со стороны профильной организации.

При реализации учебной (ознакомительной) практики образовательная деятельность организована в форме практической подготовки

Учебная (ознакомительная) практика проводится в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками ДГУНХ и (или) лицами, привлекаемыми ДГУНХ к реализации образовательной программы на иных условиях. 108 часов распределяются следующим образом: 96 часов проводятся по расписанию учебной практики (8 ч.* 6 дней * 2 недели) и групповые консультации по 2 часа в день в течение трех последних дней практики на каждой неделе (по 6 часов в неделю).

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью учебной (ознакомительной) практики по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности», является закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения, формирование умения

применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков, а также необходимых компетенций.

Основными задачами учебной (ознакомительной) практики являются:

- ✓ знакомство с основами будущей профессиональной деятельности;
- ✓ получение сведений о специфике направления подготовки 38.03.06

Торговое дело;

- ✓ овладение первичными профессиональными умениями и навыками.

Процесс прохождения учебной (ознакомительной) практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности»:

<i>Код компетенции</i>	<i>Формулировка / Наименование компетенции</i>
ОПК	Общепрофессиональные компетенции
<i>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</i>	
ИОПК-2.4	Использует современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении поставленных экономических и финансовых задач, методы анализа социально-экономических и финансовых показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения
<i>ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</i>	
ИОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач современные информационные технологии и программное обеспечение
ПК	Профессиональные компетенции
<i>ПК-3. Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения</i>	
ИПК-3.1	Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет
ИПК-3.2	Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты

ИПК-3.3	Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности
---------	--

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие умения и практические навыки:

<i>Код и наименование компетенции выпускника</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</i>	
		<i>Умения</i>	<i>Навыки или практический опыт деятельности</i>
ОПК-2.Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ИОПК-2.4 Использует современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении поставленных экономических и финансовых задач, методы анализа социально-экономических и финансовых показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения	применять методы сбора, обработки и анализа данных для решения проблем экономического и финансового характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической и финансовой эффективности; – анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений.	на основе финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности предприятий, решать задачи в профессиональной сфере

<p>ОПК-5.Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;</p>	<p>ИОПК-5.1 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач современные информационные технологии и программное обеспечение</p>	<p>составлять и описывать весь цикл жизни интернет-проекта, начиная от зарождения идеи и до угасания; проводить анализ любого сегмента интернет-бизнеса, давать оценки эффективности, монетизации, работы с аудиторией</p>	<p>использовать инструменты маркетинга в интернете и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний</p>
<p>ПК-3. Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения</p>	<p>ИПК-3.1 Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет</p>	<p>проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>создать грамотно выстроенную программу лояльности, используя организационные и финансовые методы</p>
	<p>ИПК-3.2 Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты</p>	<p>организовывать и проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; взаимодействовать с участниками работ по реализации стратегии продвижения; проверять результаты выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контролировать их соответствие выданному заданию</p>
	<p>ИПК-3.3 Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности</p>	<p>использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для</p>	<p>составлять и корректировать письма, выбирать программы для рассылки, собирать контакты для рассылки, рассылка, собирать результаты по доставленным письмам</p>

		использования в электронных рассылках	
--	--	---------------------------------------	--

3. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная (ознакомительная) практика является составной частью ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, предусматривается учебным планом в Блоке 2 «Практика» и в полном объеме относится к обязательной части этой программы.

Прохождение учебной (ознакомительной) практики базируется на освоении дисциплин «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг», «Товароведение потребительских товаров», «Логистика», «Управление ассортиментом», «Мерчендайзинг», «Маркетинговые коммуникации в торговле».

4. Объем практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость практики составляет *3 зачетные единицы (108 академических часов)*.

Продолжительность практики составляет *2 недели*.

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой.

Практика для обучающихся очной формы обучения проводится на 3 курсе в 5 и 6 семестрах, для обучающихся очно-заочной формы обучения на 4 курсе в 7 и 8 семестрах, для обучающихся заочной формы обучения на 3 курсе.

Сроки проведения практики для обучающихся определяются учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности».

5. Содержание практики

Учебная (ознакомительная) практика состоит из 3х основных разделов, внутри которых практиканты выполняют определенные виды работ:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ обучающегося на практике	Формы отчетности по практике
1.	<i>Подготовительный этап</i>	Организационное собрание ознакомительные лекции, установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности;	Собеседование, дневник практики

		инструктаж по технике безопасности; выдача задания.	
2.	<i>Основной этап</i>	Выполнение заданий и необходимых расчетов, возложенных на студента руководителем практики.	Отчет по практике, дневник
3.	<i>Отчетный</i>	Подготовка всей отчетной документации.	Отчет по практике, дневник, аттестационный лист

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Производственная (торгово-экономическая) практика обучающихся является составной частью основных профессиональных образовательных программ высшего образования при подготовке бакалавров.

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – торгово-экономическая.

Способ проведения практики – стационарная и выездная.

Форма проведения практики – дискретная, путем выделения периода учебного времени для проведения практики.

Место проведения практики.

Производственная (торгово-экономическая) практика проводится в организациях любых организационно-правовых форм, осуществляющих деятельность по профилю основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Направление на практику оформляется приказом ректора университета с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Производственная (торгово-экономическая) практика проводится в форме профессиональной работы студентов на рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на основе индивидуальных заданий. Основными методами изучения деятельности предприятия является личное наблюдение, ознакомление с коммерческой документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером (ассистентом, стажером) и т.д. На период практики студент может быть зачислен на вакантную должность, соответствующую заданию по практике.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Практика может быть организована полностью или частично с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики, как со стороны университета, так и со стороны профильной организацией.

При реализации производственной (торгово-экономической) практики образовательная деятельность организована в форме практической подготовки.

Производственная (торгово-экономическая) практика проводится на предприятиях в сроки, установленные календарным учебным графиком.

Прохождение практики предусматривает, в том числе при опосредствованном (на расстоянии) взаимодействии:

- контактную работу - 432 академических часа В форме практической подготовки).

2.Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Производственная (торгово-экономическая) практика по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности», проводится *в целях* получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Основными *задачами* производственной (торгово-экономической) практики являются:

- ✓ приобретение опыта сбора и обработки практического материала;
- ✓ обеспечение преемственности и последовательности в изучении теоретического и практического материала, комплексного подхода к предмету изучения;
- ✓ овладение профессиональными практическими умениями и навыками в организации производства, а также передовыми методами труда.

Процесс прохождения производственной (торгово-экономической) практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности»:

Код компетенции	Формулировка / Наименование компетенции
ПК	Профессиональные компетенции
<i>ПК-1.Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий</i>	
ИПК-1.1	Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга
ИПК-1.2	Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

<i>ПК-2 .Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения</i>	
<i>ИПК-2.1</i>	Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках
<i>ИПК-2.2</i>	Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков
<i>ИПК-2.3</i>	Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие умения и практические навыки:

<i>Код и наименование компетенции выпускника</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</i>	
		<i>Умения</i>	<i>Навыки или практический опыт деятельности</i>
ПК-1. Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий	ИПК-1.1 Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга	определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-	проводить полевые и кабинетные исследования

		коммуникационную сеть «Интернет»	
	ИПК-1.2 Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брендов; анализировать и обосновывать выбор медиа стратегий, каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект.
ПК-2. Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения	ИПК-2.1 Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на	организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией	осуществлять закупку необходимого торгово-технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгово-технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами

	соответствующих рынках		
	ИПК-2.2 Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять потребности логистической системы и ее отдельных элементов	организовывать и управлять логистическими процессами на предприятии
	ИПК-2.3 Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству	применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг; систематизировать, классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного классификатора; выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; вести приемку и учет товаров	управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная (торгово-экономическая) практика является составной частью ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности». Производственная (торгово-экономическая) практика предусматривается учебным планом в Блоке 2 «Практика» и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (вариативной части).

Прохождение производственной (торгово-экономической) практики базируется на освоении дисциплин «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Организация маркетинга в торговой деятельности», «Маркетинговые исследования рынка», «Маркетинговые коммуникации в торговле», «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Управление ассортиментом», «Управление коммерческими рисками», «Организация,

технология и дизайн предприятий торговли», «CRM-технологии в торговле», «Интернет-маркетинг».

4. Объем практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость практики составляет *12 зачетных единиц (432 академических часа)*.

Продолжительность практики составляет *8 недель*.

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации в виде защиты отчета по практике.

Практика обучающихся очной формы обучения проводится на 4 курсе в 8 семестре, для обучающихся очно-заочной и заочной формы обучения проводится на 5 курсе.

Сроки практики для обучающихся определяются учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

5. Содержание практики

Производственная (торгово-экономическая) практика состоит из 3х основных разделов, внутри которых практиканты выполняют определенные виды работ:

<i>№ п/п</i>	<i>Разделы (этапы) практики</i>	<i>Виды работ обучающегося на практике</i>	<i>Формы отчетности по практике</i>
1	2	3	4
1	Подготовительный этап: Общие сведения о предприятии/организации предприятия/организации - базе практики	Инструктаж по технике безопасности, правилам внутреннего распорядка организации и правилам охраны труда	Отчет по практике, дневник
		Обсуждение совместного рабочего графика (плана) проведения практики с руководителем практики от производства, порядок его реализации	Отчет по практике, дневник
		Изучение организационной структуры предприятия и взаимосвязи подразделений	Отчет по практике, дневник
		Работа с учредительными документами. Анализ нормативных и правовых актов предприятия/организации.	Отчет по практике, дневник

		Работа с штатным расписанием, должностными инструкциями.	
2	Основной этап: Организация коммерческой деятельности предприятия/организации	Изучение организации и технологии коммерческой деятельности, основных функций коммерческих подразделений.	Отчет по практике, дневник
		Изучение управления торгово-технологическими процессами на предприятии; основных правил проведения инвентаризации, определение и минимизация затрат материальных и трудовых ресурсов, учета и списания потерь.	Отчет по практике, дневник
		Изучение организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, процессов закупки и логистики.	Отчет по практике, дневник
		Изучение маркетинговой стратегии предприятия/организации. Виды маркетинговых коммуникаций, применяемых на предприятии/организации. Оценка уровня качества торгового обслуживания. Изучение и прогнозирование спроса потребителей на продукцию и услуги, анализ маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.	Отчет по практике, дневник
		Анализ, оценка и разработка стратегий предприятия/организации; разработка маркетинговой стратегии; конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем	Отчет по практике, дневник

		предприятия/организации; исследование поведения конкурентов и покупателей в сети Интернет	
		Анализ процессов управления ассортиментом и осуществление контроля качества товаров и услуг, приемка и учет товаров по количеству и качеству	Отчет по практике, дневник
		Анализ процессов управления персоналом предприятия/организации и разбор организационно-управленческой работы	Отчет по практике, дневник
3	Заключительный этап: Промежуточная аттестация	Систематизация материала, подготовка отчета	Отчет по практике, дневник, аттестационный лист

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Производственная (преддипломная) практика обучающихся является составной частью основных профессиональных образовательных программ высшего образования при подготовке бакалавров.

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная.

Способ проведения практики – стационарная и выездная.

Форма проведения практики – дискретная, путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Место проведения практики.

Производственная (преддипломная) практика проводится в организациях любых организационно-правовых форм, осуществляющих деятельность по профилю основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Направление на практику оформляется приказом ректора университета с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Производственная (преддипломная) практика проводится в форме профессиональной работы студентов на рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на основе индивидуальных заданий. Основными методами изучения деятельности предприятия является личное наблюдение, ознакомление с коммерческой документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером (ассистентом, стажером) и т.д.

Практика проводится в форме профессиональной работы студентов на рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на основе индивидуальных заданий. Основными методами изучения деятельности предприятия является личное наблюдение, ознакомление с коммерческой документацией, выполнение индивидуального задания, работа дублером (ассистентом, стажером) и т.д. На период практики студент может быть зачислен на вакантную должность, соответствующую заданию по практике.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Практика может быть организована полностью или частично с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации в формате дистанционной (удаленной)

работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики, как со стороны университета, так и со стороны профильной организацией.

При реализации производственной (преддипломной) практики образовательная деятельность организована в форме практической подготовки.

Производственная (преддипломная) практика проводится на предприятиях в сроки, установленные календарным учебным графиком.

Прохождение практики предусматривает, в том числе при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии:

- контактную работу 216 академических часов.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Производственная (преддипломная) практика проводится в целях закрепления и углубления теоретических знаний студентов, приобретения ими профессиональных умений и опыта в сфере профессиональной деятельности, навыков сбора, обработки и оценки информации, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы, навыков оценки эффективности бизнес-процессов, разработки проектов профессиональной деятельности, разработки инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности.

Основными *задачами* производственной (преддипломная) практики являются:

- ✓ приобретение опыта сбора и обработки практического материала для написания выпускной квалификационной работы;
- ✓ обеспечение преемственности и последовательности в изучении теоретического и практического материала, комплексного подхода к предмету изучения;
- ✓ овладение профессиональными практическими умениями и навыками в организации производства, а также передовыми методами труда.

Процесс прохождения производственной (преддипломной) практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг в торговой деятельности»:

<i>Код компетенции</i>	<i>Формулировка / Наименование компетенции</i>
ПК	Профессиональные компетенции
<i>ПК-1. Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий</i>	
ИПК-1.1	Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга

ИПК-1.2	Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
<i>ПК-2 .Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения</i>	
ИПК-2.1	Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках
ИПК-2.2	Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков
ИПК-2.3	Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству
<i>ПК-3. Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения</i>	
ИПК-3.1	Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет
ИПК-3.2	Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты
ИПК-3.3	Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности
<i>ПК-4. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде).</i>	
ИПК-4.1	Проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе
ИПК-4.2	Применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения

	поставленных задач, в том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании
--	--

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие умения и практические навыки:

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики	
		Умения	Навыки или практический опыт деятельности
ПК-1. Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий	ИПК-1.1 Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга	определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	проводить полевые и кабинетные исследования
	ИПК-1.2 Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в

			<p>регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов; анализировать и обосновывать выбор медиастратегий, каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект.</p>
<p>ПК-2.3 Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>ИПК-2.1 Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках</p>	<p>организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией</p>	<p>осуществлять закупку необходимого торгового-технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгового-технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами</p>
	<p>ИПК-2.2 Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков</p>	<p>применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять потребности логистической системы и ее отдельных элементов</p>	<p>организовывать и управлять логистическими процессами, производстве и распределении</p>

		<p>применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг;</p> <p>систематизировать, классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного классификатора;</p> <p>выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества;</p> <p>вести приемку и учет товаров</p>	<p>управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов);</p> <p>определять дефекты;</p> <p>обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг;</p> <p>проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>
<p>ПК-3. Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения</p>	<p>ИПК-3.1 Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет</p>	<p>проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>создать грамотно выстроенную программу лояльности, используя организационные и финансовые методы</p>
	<p>ИПК-3.2 Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты</p>	<p>организовывать и проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>взаимодействовать с участниками работ по реализации стратегии продвижения;</p> <p>проверять результаты выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контролировать их соответствие выданному заданию</p>

	ИПК-3.3 Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности	использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках	составлять и корректировать письма, выбирать программы для рассылки, собирать контакты для рассылки, рассылка, собирать результаты по доставленным письмам
ПК-4: Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде).	ИПК- 4.1 Проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе	проводить аналитику торгово-хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики	применять цифровые технологии для анализа и оценки конъюнктуры рынка, а также эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации
	ИПК- 4.2 Применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения поставленных задач, в том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании	разрабатывать процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере	разрабатывать и проектировать торгово-технологические процессы (в т.ч. с учетом специфики применения интернет-технологий) и выбирать оптимальные инструменты ведения бизнеса в торговле

3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная (преддипломная) практика является составной частью ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, предусматривается учебным планом в Блоке 2 «Практика» и в полном объеме относится к вариативной части этой программы.

Прохождение производственной (преддипломной) практики базируется на освоении дисциплин «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Организация маркетинга в торговой деятельности», «Маркетинговые исследования рынка», «Маркетинговые коммуникации в торговле», «Коммерческая деятельность», «Логистика», «Управление ассортиментом», «Риски в торговой деятельности», «Организация, технология и дизайн предприятий торговли», «CRM-технологии в торговле», «Интернет-маркетинг», а также на базе междисциплинарного проекта "Маркетинговый анализ тенденций и перспектив развития конъюнктуры рынка".

4. Объем практики и ее продолжительность

Объем практики составляет *6 зачетных единицы (216 академических часов)*.

Продолжительность практики составляет *4 недели*.

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации в виде защиты отчета по практике.

Практика обучающихся очной формы обучения проводится на 4 курсе в 8 семестре, для обучающихся очно-заочной и заочной формы обучения проводится на 5 курсе.

Сроки практики для обучающихся определяются учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

5. Содержание практики

Производственная (преддипломная) практика состоит из 3х основных разделов, внутри которых практиканты выполняют определенные виды работ:

<i>№ п/п</i>	<i>Разделы (этапы) практики</i>	<i>Виды работ обучающегося на практике</i>	<i>Формы отчетности по практике</i>
1	2	3	4
1	Подготовительный этап: Общие сведения о предприятия/организации и предприятия/организации и - базе практики	Инструктаж по технике безопасности, правилам внутреннего распорядка организации и правилам охраны труда	Отчет по практике, дневник
		Обсуждение совместного рабочего графика (плана) проведения практики с руководителем практики от производства, порядок его реализации	Отчет по практике, дневник

		Изучение организационной структуры предприятия и взаимосвязи подразделений	Отчет по практике, дневник
		Работа с учредительными документами. Анализ нормативных и правовых актов предприятия/организации. Работа с штатным расписанием, должностными инструкциями.	Отчет по практике, дневник
2	Основной этап: Сбор и обработка и статистического и аналитического материала по предприятию/организации и в соответствии с темой ВКР	Изучение организации и технологии коммерческой деятельности, основных функций коммерческих подразделений.	Отчет по практике, дневник
		Изучение управления торгово-технологическими процессами на предприятии; основных правил проведения инвентаризации, определение и минимизация затрат материальных и трудовых ресурсов, учета и списания потерь.	Отчет по практике, дневник
		Изучение организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, процессов закупки и логистики.	Отчет по практике, дневник
		Изучение маркетинговой стратегии предприятия/организации. Виды маркетинговых коммуникаций, применяемых на предприятии/организации. Оценка уровня качества торгового обслуживания. Изучение и прогнозирование спроса потребителей на продукцию и услуги, анализ маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.	Отчет по практике, дневник

		Анализ, оценка и разработка стратегий предприятия/организации; разработка маркетинговой стратегии; конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем предприятия/организации; исследование поведения конкурентов и покупателей в сети Интернет	Отчет по практике, дневник
		Анализ процессов управления ассортиментом и осуществление контроля качества товаров и услуг, приемка и учет товаров по количеству и качеству	Отчет по практике, дневник
		Анализ процессов управления персоналом предприятия/организации и разбор организационно-управленческой работы	Отчет по практике, дневник
3	Заключительный этап: Промежуточная аттестация	Систематизация материала, подготовка отчета	Отчет по практике, дневник, аттестационный лист

