

Аннотация по дисциплине
Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)
для профиля подготовки магистров «Маркетинг в торговле»
направления 38.04.06 «Торговое дело»
Курс 2. Семестр С. Форма обучения – заочная.
Форма итогового контроля – зачет

Объем трудоемкости: 6 зачетных единицы, 216 часов.

Цель практики

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности является составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на базах практики. Особенностью данной практики является переход обучающегося от преимущественно ознакомительной деятельности к профессионально-ориентированной, направленной на получение опыта выполнения конкретных профессиональных функций непосредственно на рабочем месте.

Цель практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности – дальнейшая адаптация, закрепление и расширение теоретических знаний студентов, полученных ими при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин в области маркетинга, в реальных условиях функционирования предприятий, а также развитие профессионального мировоззрения и приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере торговой, торгово-посреднической и иной коммерческой деятельности, связанной с выведением, продвижением и сбытом товаров и услуг на конкурентных рынках.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности предусматривает реализацию организационно-управленческого вида профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры.

Задачи практики

Задачами практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности являются:

- овладение конкретными методами управления маркетинговой деятельностью, используемыми в организации - базе практики, исходя из ее целей и задач;
- приобретение практических навыков по анализу и организации работы объекта практики;
- изучение и непосредственное участие в подготовке и принятии управленческих решений руководителем и специалистами различных маркетинговых и коммерческих служб организации по формированию целей и задач, функций и их организационной структуры;
- обоснование и выбор основных направлений развития объекта практики;
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения выпускной квалификационной работы – дипломного исследования по выбранной теме;

– формирование и разработка предложений по совершенствованию процесса управления организацией в условиях динамичной среды.

Цели и задачи практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности полностью соотнесены с задачами по видам профессиональной деятельности студентов: организационно-управленческой, аналитической, научно-исследовательской и педагогической деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

Место практики в структуре образовательной программы

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», является обязательным элементом ООП обучения магистров по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Содержание практики развивает и адаптирует знания, умения, навыки, полученные в ходе теоретического изучения базовых экономических дисциплин, таких, как «Стратегический маркетинг», «Управленческая экономика в маркетинговых решениях», «Маркетинговое управление рыночными инновациями и изменениями», «Управление рисками на торговых предприятиях», в реальных условиях предприятия выбранной сферы деятельности.

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

В результате прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	знать Основные социальные принципы и нормы поведения в нестандартных ситуациях и эффективного взаимодействия в трудовом коллективе уметь Адаптироваться к новой ситуации; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации и нести этическую ответственность за свои действия владеть Базовыми навыками взаимодействия и общения с работниками всех уровней и подразделений предприятия с учетом социальных и этических норм
ОК-8 Способность критически ре-	Знать Основы, способы оценки информации с точки зрения оцен-

зюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе ситуациях риска	ки факторов риска Уметь Критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, анализировать свои возможности Владеть Методами работы с информацией и критической ее оценки в течение учебного процесса
ОК-9 Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования	знать Основные принципы самостоятельной работы с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования уметь Быть мобильным на рынке труда; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе владеть Базовыми навыками взаимодействия и общения с работниками всех уровней и подразделений предприятия с учетом образования и его дальнейшего совершенствования
ОПК-2 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать Основные направления деятельности, базовую организационно-управленческую структуру, особенности и функции главных подразделений с учетом готовности осуществлять руководство Уметь Применять стандартные методы управления персоналом в своей профессиональной деятельности с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий Владеть Способами управления коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-4 Готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знать Основные способы выявления рисков предприятия-базы практики Уметь Находить и оценивать возможные риски при решении поставленных профессиональных задач; Оценивать риски предпринимаемых действий и реализуемых мероприятий в личной и профессиональной сфере Владеть Навыками поиска необходимой информации, её понимания, систематизации и квалифицированного использования при оценке рисков
ПК-3 Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области	Знать Состав, структуру технологического процесса как объекта управления Уметь Разбираться в терминологии и правильно интерпретировать нормы и регламенты в организации технологического процесса как объекта управления

профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	Владеть Первичным опытом нахождения и принятия управленческих решений в области профессиональной деятельности, систематизации и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия
ПК-4 Готовность к анализу и оценке бизнес – среды, организации (предприятия), эффективность ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знать Понимать роль анализа и оценки бизнес-среды как основы успешной деятельности в условиях современного рынка Основные направления хозяйственной деятельности предприятия Уметь Оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности Формировать набор мероприятий и обосновывать их реализацию для развития и совершенствования деятельности предприятия на основе анализа хозяйственной деятельности Владеть Базовыми навыками оценки бизнес-среды организации и эффективности хозяйственной деятельности предприятия
ПК-5 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знать Знать базовые навыки исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка Уметь Разрабатывать бизнес – технологий с использованием научных методов и использовать их в работе с деловыми партнерами в рамках маркетинговой деятельности розничного предприятия Владеть Базовыми навыками разработки эффективной бизнес-технологии для ее использования в профессиональной деятельности

Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		9	А	В	С
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики, формулировки индивидуальных заданий	16	-	-	-	16
Самостоятельная работа обучающегося на предприятии-базе практики	160	-	-	-	160
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	24	-	-		24
Консультации по составлению отчета и аттестация обучающегося по практике	16	-	-	-	16
Общая трудоемкость	час	216	-	-	216
	зач. ед.	6	-	-	6

Основная литература:

1.Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст] : учебник / Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Финпресс , 2008. - 496 с. (25 экз.)

2.Никитина Т.Е. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика [Текст] : монография / Т. Е. Никитина, К. А. Смирнов ; в науч. ред. К. А. Смирнова. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 165 с. - (Научная мысль. Маркетинг). - Библиогр.: с. 161-162. - ISBN 9785160054971 : 164.67. (4 экз)

3.Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: Учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т.Н. Парамоновой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 284 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=453293

4.Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и К, 2017. – 296 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=454102

Авторы:

Костецкий А.Н., к.э.н., доцент

Шевченко Е.В., к.э.н., доцент кафедры МиТД