

Аннотация по дисциплине
Производственная технологическая практика
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 единиц, 216 часов.

Цель практики

Технологическая практика магистрантов является составной частью производственной практики в образовательной программе высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятиях выбранной сферы деятельности.

Общей целью технологической практики является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения торгово-технологических, маркетинговых, сбытовых, логистических и иных функций в реальных условиях деятельности предприятия выбранной сферы экономической деятельности в соответствии с направлением подготовки «Торговое дело» на основе теоретических знаний специализированных профессиональных дисциплин.

Конкретными целями технологической практики являются:

практическое закрепление и углубление знаний, умений, навыков и компетенций, полученных обучающимися в процессе изучения торгово-технологических и маркетинговых дисциплин;

закрепление профессионального опыта работы и взаимодействия в трудовом коллективе предприятия избранной сферы деятельности, соответствующей направлению 38.04.06 «Торговое дело»;

формирование профессиональной культуры и деловых качеств обучающегося в реальных условиях действующего предприятия;

апробация подходов и методов научно-исследовательской деятельности для выявления и анализа факторов повышения эффективности торгово-технологических процессов в реальных условиях.

Производственная технологическая практика предусматривает реализацию торгово-технологического вида профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры.

Задачи практики

В ходе технологической практики магистрант должен выполнить следующие задачи:

- исследовать организационно-функциональную и технико-технологическую систему функционирования торгового предприятия-базы практики;
- изучить основные торгово-технологические операции и получить базовый опыт их реализации обучающимся на рабочем месте;
- изучить основные требования, показатели, критерии качества торговых услуг, используемые в практической деятельности предприятия-базы практики;
- изучить основные виды внешних и внутренних нормативных документов, регулирующих технологическую деятельность торговых предприятий и требования к качеству предоставляемых торговых услуг;
- выявить факторы внутренней и внешней среды, оказывающие влияние на формирование качества торговых услуг, проанализировать причины возникновения и характер возможных нарушений уровня качества торговых услуг;

- изучить формы, методы и процедуры экспертизы и контроля качества реализуемой продукции в процессе приемки, хранения, продажи, возврата и работы с претензиями покупателей;

- исследовать применяемые методы изучения потребительского восприятия качества торговых услуг и получить профессиональные умения и навыки в организации исследовательских проектов по изучению потребительских предпочтений и потребительского отношения к качеству торговых услуг в маркетинговой деятельности предприятия.

Цели и задачи технологической практики полностью соотнесены с задачами по видам профессиональной деятельности магистров: организационно-управленческой, аналитической, научно-исследовательской деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья обучающегося, а также требования по доступности и безопасности процесса работы на предприятии.

Место практики в структуре образовательной программы

Технологическая практика относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», является обязательным элементом ООП магистратуры по направлению 38.04.06 Торговое дело.

Содержание практики является логическим продолжением дисциплин учебного плана «Розничные торговые предприятия и сети», «Логистическая система торгового предприятия», «Ценовая политика торгового предприятия», «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях» и служит основой для последующего формирования профессиональной компетентности в профессиональной области научно-исследовательской, аналитической и практической деятельности.

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

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
1	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
2	ОК-4	Способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультур-	знать Основные принципы совершенствования и развития своего интеллектуального и об-

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
		ный уровень	щекультурного уровня уметь Адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации на основе развития своего интеллектуального и общекультурного уровня владеть Базовыми навыками развития своего интеллектуального и общекультурного уровня
3	ОК-7	Готовность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей	Знать Методы адаптации к новым ситуациям в профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы Уметь Оценивать и анализировать свои возможности и опыт в профессиональной деятельности Владеть Методами адаптации к новым ситуациям, возникающим в процессе исследовательской работы
	ОПК-2	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать 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
	ПК-1	Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	Знать Методы и критерии выбора инновационных систем закупок и продаж товаров Уметь Разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь с использованием новых систем закупок Владеть

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
			Навыками работы с претензиями на несоответствующее качество товаров (услуг)
	ПК-2	Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	Знать Методы оценивания эффективности инновационных технологий в профессиональной деятельности Уметь Составлять претензии на некачественные товароматериальные ценности и ответы на претензии с учетом новых технологий и подходов Владеть Навыками разработки, оценки и применения инновационных технологий в профессиональной деятельности

Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		А	В	С
Подготовительный этап, включающий контактную работу магистранта с преподавателем	12	-	-	12
Самостоятельная работа магистранта	200	-	-	200
Аттестация магистранта по практике	4	-	-	4
Общая трудоемкость	час	216	-	216
	зач. ед.	6	-	6

Основная литература:

1.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.

2.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

3.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