

Аннотация по дисциплине
Производственная практика (научно-исследовательская работа)
для профиля подготовки магистров «Маркетинг в торговле» направления
38.04.06 «Торговое дело»
Форма обучения – заочная.
Форма итогового контроля – зачет

Объем трудоемкости: *18 зачетных единицы, 648 часов.*

Цели практики

Научно-исследовательская работа является частью производственной практики в образовательной программе высшего образования уровня магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся к ведению теоретической, методической и практической исследовательской деятельности по актуальным проблемам профессиональной сферы в соответствии с профилем подготовки и выбранной темой выпускной квалификационной работы.

Целью научно-исследовательской работы является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения комплекса подготовительных мероприятий и процедур, направленных на поиск, постановку, исследование и решение актуальной практической проблемы повышения эффективности маркетинговой или иной сопряженной деятельности предприятия, группы предприятий, отрасли реальной сферы экономики на основе научных подходов и принципов, освоенных в процессе изучения теоретических дисциплин.

Научно-исследовательская работа предусматривает реализацию научно-исследовательского вида профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры.

Задачи практики

В соответствии с ООП, определены следующие задачи производственной практики (научно-исследовательской работы) магистров, обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело:

– закрепление теоретических знаний, полученных студентами при изучении дисциплин профессионального цикла, в процессе научно-прикладного исследования проблем функционирования предприятий и отраслей коммерческой сферы, предоставляющих производственным и конечным потребителям торговые или иные услуги различного назначения;

– исследование современных теоретических школ и концепций научного познания в области управленческих и маркетинговых дисциплин торговой и иной коммерческой деятельности

– предварительный выбор и постановка проблемы, формулирование концепции исследования по выбранной теме выпускной квалификационной работы примени-

тельно к практической маркетинговой деятельности торгового предприятия, формирование рабочих гипотез исследования;

- разработка сценария научно-исследовательского проекта в соответствии с темой и теоретической концепцией выпускной квалификационной работы;

- выбор и адаптация методики исследования проблемы к конкретным условиям функционирования предприятия-объекта исследования;

- выбор и оценка основных источников информации по проблеме;

- апробация методики в ходе выборочного сбора, обработки, систематизация и анализ фактографических данных о внутренней и внешней среде функционирования предприятия, необходимых для выявления проблемообразующих факторов и определения возможных направлений решения поставленной проблемы;

- прогнозная оценка предварительных результатов исследования, эскизное формирование и обоснование направлений, мероприятий и инструментов для решения поставленной проблемы.

Цели и задачи НИР полностью соотнесены с задачами по основному и дополнительным видам профессиональной деятельности образовательной программы: научно-исследовательской, организационно-управленческой, торгово-технологической, проектной деятельности.

Место практики в структуре образовательной программы

Научно-исследовательская работа как часть производственной практики относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана ООП «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры). НИР магистрантов проводится в каждом семестре, а также после завершения полного цикла теоретических дисциплин и предваряет написание курсовой работы, научно-исследовательскую практику, выбор темы и формирование концепции ВКР, преддипломную практику, завершение и защиту ВКР магистранта, являясь подготовительным, преимущественно «кабинетным» этапом для реализации комплекса исследовательских проектов в процессе теоретического обучения, в ходе практических исследований, и на последнем этапе в рамках ВКР.

Тематика ВКР по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) ориентирована на поиск стратегических резервов и выработку стратегических решений, определяющих долгосрочную рыночную устойчивость предприятия.

В этом смысле НИР студентов на завершающемся этапе обучения базируется на освоенных знаниях, умениях, навыках таких основных теоретических дисциплин учебного плана ООП, как:

- Управленческая экономика в маркетинговых решениях;

- Стратегический маркетинг;

- Информационное обеспечение маркетинговых решений;

- Бизнес-проектирование коммерческой деятельности;

- Маркетинговое управление рыночными инновациями и изменениями;

- Инновационные маркетинговые коммуникации;

- Управление интеллектуальными активами организации и др.

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

В результате прохождения производственной практики 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.

№ п.п.	Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
1	ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	знать Базовые принципы и подходы научного познания; Основные экономические законы, принципы и механизмы функционирования предприятия в рыночной среде; базовые описательные методы изучения основных функциональных процессов экономических объектов; уметь Адаптировать теоретические знания к требованиям практической деятельности в процессе выявления и постановки проблемы научного исследования Использовать результаты комплексного анализа для разработки обоснованных выводов и предложений по результатам НИР владеть научными методами и инструментами прогнозной оценки эффектов научного решения проблем функционирования организационной системы на основе анализа и синтеза информации
2	ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать Основные подходы и принципы формирования стратегии личного развития и профессионального роста Уметь Определять свои профессиональные перспективы, формулировать цели личностного развития и профессионального роста Владеть Навыками использования своего творческого потенциала в профессиональной деятельности
4	ОК-4 Способность совершенствоваться и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень	знать Основные принципы совершенствования и развития своего интеллектуального и общекультурного уровня уметь Адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и налаживать отно-

№ п.п.	Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
		шения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации на основе развития своего интеллектуального и общекультурного уровня владеть Базовыми навыками развития своего интеллектуального и общекультурного уровня
5	ОК-5 Способность самостоятельному обучению новым методам исследования, изменению научного и научно – производственного профиля своей профессиональной деятельности	Знать Основы самодисциплины, планирования собственного времени, разработки планов личного образования и развития Уметь Адаптироваться к новым ситуациям, критически переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности Владеть навыками составления собственного плана работы на определенный период, способностью распределять свое время в течении дня и оценивать его эффективность Методами адаптации к новым и текущим ситуациям, способам переоценки накопленного и полученного опыта в течение учебного процесса
6	ОК-8 Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска	Знать Основы, способы оценки информации с точки зрения оценки факторов риска Уметь Критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, анализировать свои возможности Владеть Методами работы с информацией и критической ее оценки в течение учебного процесса
7	ОПК-3 Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Знать Основные понятия, связанные с выбором инноваций, их анализа и оценки экономической эффективности Уметь Находить и квалифицированно применять инновационные инструменты при решении поставленных профессиональных задач; Владеть Навыками самостоятельного поиска и выбора инноваций, оценки их экономической эффективности в целях профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логи-

№ п.п.	Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
		стической, или товароведной)
8	ПК-6 Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес – технологий с использованием научных методов	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
9	ПК-7 Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы	Знать Основные прогрессивные направления развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга Состав, структуру и содержание набора общих и специальных данных, идентифицирующих основные характеристики товаров Уметь Проверять информацию, полученную в ходе исследования на соответствие нормативным требованиям Владеть Навыками исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы
10	ПК-8 Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно – исследовательских работ	Знать Сущность и принципы обработки, интеграции и представления результатов научно-исследовательских работ Уметь Разрабатывать комплексную методику оценки научно-исследовательских работ Владеть Первичным опытом изучения и сопоставления информации, представления результатов научно-исследовательских работ

Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Общая трудоёмкость НИР составляет 18 зач. ед. (648 часов), их распределение по семестрам представлено в таблице.

Таблица 2

Вид НИР	Семестр (год для ЗФО)	Трудоемкость, з.е.	Кол-во недель
НИР-1. Выбор темы и разработка концепции исследования курсовой работы по маркетинговому управлению рыночными инновациями и изменениями	5	3	2
НИР-2. Исследование практических аспектов темы курсовой работы и ее завершение	5	3	2
НИР-3. Выбор темы и разработка концепции исследования ВКР	6	3	2
НИР-4. Теоретические исследования и уточнение целей и задач ВКР	6	3	2
НИР-5. Теоретические и методические исследования, разработка методических подходов к исследованию конкретной проблемы ВКР	6	3	2
НИР-6. Разработка сценария практического исследования для реализации на предприятии-объекте исследования	7	3	2

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^о», 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