

Аннотация по дисциплине  
Производственная преддипломная практика  
для направления 38.03.06 «Торговое дело»  
Курс 4. Семестр 8.  
Форма итогового контроля – зачет

**Объем трудоемкости:** 6 зачетных единицы, 216 часов.

### **Цель практики**

Преддипломная практика является завершающей частью производственной практики в образовательной программе высшего образования уровня бакалавриата и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятии, выбранном в качестве основного объекта исследования выпускной квалификационной работы в соответствии с профилем подготовки.

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

Преддипломная практика предусматривает реализацию организационно-управленческого, научно-исследовательского и проектного видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

### **Задачи практики**

Для достижения цели преддипломной практики обучающийся должен решить следующие задачи:

закрепление профессионального опыта выявления, постановки, анализа и решения актуальных проблем маркетинговой деятельности торговых и иных предприятий реальной сферы в процессе выполнения профессиональных функций непосредственно на рабочем месте;

конкретизация целей и задач выпускной квалификационной работы применительно к актуальной проблеме практической маркетинговой деятельности торгового предприятия;

практическая адаптация и конкретизация научно-исследовательского проекта в соответствии с темой и предварительно сформированной в ходе научно-исследовательской работы и практики теоретической концепцией выпускной квалификационной работы;

адаптация выбранной методики изучения проблемы к конкретным условиям функционирования предприятия-объекта исследования

сбор, обработка, систематизация и анализ фактографических данных о внутренней и внешней среде функционирования предприятия, необходимых для выявления проблемообразующих факторов и определения возможных направлений решения поставленной проблемы;

предварительная разработка аналитических выводов по результатам исследования, формирование и обоснование направлений, мероприятий и инструментов для решения поставленной проблемы ВКР;

промежуточная практическая апробация предлагаемого комплекса мероприятий посредством представления руководителям и специалистам предприятия, прогнозная оценка эффектов от его реализации.

Цели и задачи преддипломной практики полностью соотнесены с задачами по основному и дополнительным видам профессиональной деятельности образовательной программы:

научно-исследовательской, организационно-управленческой, торгово-технологической, проектной 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. При заключении договоров по практике с предприятиями возможность прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья оговаривается предварительно.

### **Место практики в структуре образовательной программы**

Преддипломная практика относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана ООП «Маркетинг в торговле» по направлению 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата).

Содержание практики является логическим завершением процесса теоретического изучения дисциплин учебного плана ООП и практического закрепления полученных знаний в ходе комплекса учебных и производственных практик различного содержания на действующих предприятиях коммерческой сферы, служит основой для завершающей реализации набора общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

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

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
1	ОПК-2	Способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	<b>Знать</b> Основные принципы и подходы разработки и применения экономико-математических моделей в исследовании и анализе процессов и тенденций <b>Уметь</b> Применять методы статистического анализа и моделирования социально-экономических процессов <b>Владеть</b> Базовыми инструментами математического моделирования изучаемых процессов при решении профессиональных проблем
2	ПК-9	Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<b>Знать</b> Основные направления развития и совершенствования торгово-розничной деятельности предприятия в рамках выбранной стратегии <b>Уметь</b> Формировать набор мероприятий и обосно-

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
			<p>выводить их реализацию для развития и совершенствования деятельности предприятия, разрабатывать комплекс маркетинговых стратегий организации</p> <p><b>Владеть</b> Первичным опытом участия в разработке и реализации проектов стратегического развития и совершенствования коммерческой, маркетинговой, рекламной деятельности предприятия</p>
3	ПК-10	Способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	<p><b>Знать</b> Базовые принципы и подходы научного познания; Логiku и этапы разработки и реализации исследовательского проекта в профессиональной сфере Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования; Базовые методы обработки и анализа данных</p> <p><b>Уметь</b> Ставить проблему и формулировать цели исследования; Осуществлять предварительный поиск и осмысление накопленных научных знаний в изучаемой проблемной области, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований, а также аргументировано представлять и отстаивать собственные выводы в рамках профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеть</b> Первичными навыками систематизации и целесообразного применения данных для выработки выводов и рекомендаций по той или иной анализируемой проблеме в профессиональной деятельности</p>
4	ПК-11	Способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<p><b>Знать</b> Актуальные теоретические концепции, направления и тенденции развития инновационных подходов и методов развития маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы</p> <p><b>Уметь</b> Находить, систематизировать и критически анализировать публикации отечественных и зарубежных авторов по изучаемой проблеме Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых</p>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
			<p>нововведений для повышения конкурентоспособности коммерческого предприятия</p> <p><b>Владеть</b></p> <p>Базовым опытом разработки и обоснования инновационных продуктов и маркетинговых нововведений на основе научных исследований проблем функционирования предприятий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>
5	ПК-12	Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	<p><b>Знать</b></p> <p>Основные направления и виды информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятия для будущей разработки проектов</p> <p><b>Уметь</b></p> <p>Формировать коммуникационные инструменты взаимодействия с потребителями на основе современных информационных технологий</p> <p><b>Владеть</b></p> <p>Методами и инструментами обработки информации, собранной на предприятии в ходе практики</p>
6	ПК-13	Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<p><b>Знать</b></p> <p>Основные принципы реализации проектов в области профессиональной деятельности</p> <p><b>Уметь</b></p> <p>Проводить в рамках реализации проектов комплексный ситуационный анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия на практике</p> <p>Использовать результаты профессиональной деятельности для разработки маркетинговых мероприятий в рамках ВКР</p> <p><b>Владеть</b></p> <p>Методами и инструментами стратегического анализа предприятия в практической деятельности для разработки комплексных стратегических решений в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>
7	ПК-14	Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	<p><b>Знать</b></p> <p>Основные направления бизнес-проектирования и оценки их эффективности</p> <p><b>Уметь</b></p> <p>Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых</p>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
			нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики <b>Владеть</b> Методами прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности

### Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	4	6	8
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем	4	-	-	-	4
Самостоятельная работа обучающегося	204	-	-	-	204
Аттестация обучающегося по практике	8	-	-	-	8
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<sup>о</sup>», 2016. – 284 с. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=453293](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](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