

Аннотация по дисциплине  
Производственная практика (научно-исследовательская работа)  
для направления 38.03.06 «Торговое дело»  
Курс 4. Семестр 8.  
Форма итогового контроля – зачет

**Объем трудоемкости:** 3 зачетных единицы, 108 часов.

### Цели практики

**Научно-исследовательская работа** является частью производственной практики в образовательной программе высшего образования уровня бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 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 и проектного вида профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

### Задачи практики

В соответствии с ООП, определены следующие задачи производственной практики (научно-исследовательской работы) бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.06 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 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата). НИР проводится на 4 году обучения после завершения полного цикла теоретических дисциплин и предваряет преддипломную практику обучающихся, являясь подготовительным, преимущественно «кабинетным» этапом для реализации исследовательского проекта в рамках ВКР.

Тематика ВКР по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) 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:

Маркетинг;

Менеджмент;

Маркетинговые исследования;

Методы анализа и прогнозирования спроса;

Компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации;

Стратегический маркетинг.

Важной основой успешного проведения НИР являются также знания, умения, навыки обучающегося, полученные на предшествующих этапах учебной и производственной практики в реальных условиях непосредственно на рабочем месте.

**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 38.03.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

№ п.п.	Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
1	<b>ОК-2.</b> Способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	<p><b>знать</b> Основные принципы и подходы к оценке эффективности управления маркетинговой и сбытовой деятельностью предприятий в сфере розничной торговли товарами и услугами</p> <p><b>уметь</b> Соотносить теоретические знания менеджмента и маркетинга с реальной деятельностью предприятия и адаптировать эти знания к решению практических проблем повышения эффективности результатов рыночной деятельности</p> <p><b>владеть</b> Адаптированными и закрепленными в условиях реального предприятия навыками выполнения основных профессиональных функций маркетинговой, сбытовой и иной клиентоориентированной деятельности с учетом разнообразных требований целесообразности и эффективности функционирования в сфере торговли товарами и услугами</p>
2	<b>ОК-9.</b> 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	<p><b>Знать</b> Основные принципы и механизмы функционирования торговых предприятий, базовые методы оценки эффективности профессиональной деятельности на основе умения воспринимать информацию и работать самостоятельно</p> <p><b>Уметь</b> Выявлять проблемы и формулировать цели их решения в профессиональной и личной сфере</p> <p><b>Владеть</b> Первичными навыками построения системы целей индивида или организации</p>
3	<b>ОПК-2.</b> Способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретиче-	<p><b>Знать</b> Основные принципы и подходы разработки и применения экономико-математических моделей в исследовании и анализе процессов и тенденций</p> <p><b>Уметь</b></p>

№ п.п.	Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
	ского и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	Применять методы статистического анализа и моделирования социально-экономических процессов <b>Владеть</b> Базовыми инструментами математического моделирования изучаемых процессов при решении профессиональных проблем
4	<b>ОПК-4.</b> Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговотехнологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	<b>Знать</b> Основные методы сбора, хранение, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью базовые методы и технологии компьютерной обработки профессиональной информации <b>Уметь</b> Проводить комплекс мероприятий по сбору, хранению, обработке и анализу информации об экономической деятельности предприятия-базы практики <b>Владеть</b> Навыками комплексного представления и презентации результатов сбора, обработки и анализа информации по проблемам функционирования предприятия
5	<b>ПК-10.</b> Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, прогнозированию и проектированию ассортимента товара, готовность к проектирова-	<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 <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 соб-

№ п.п.	Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
	нию и разработке бренд - технологий	<p>ственные выводы в рамках профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеть</b> Первичными навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, прогнозированию и проектированию ассортимента товара, готовность к проектированию и разработке бренд - технологий</p>
6	<b>ПК-11.</b> Способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товаро-ведной)	<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 нововведений для повышения конкурентоспособности коммерческого предприятия</p> <p><b>Владеть</b> 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) товаро-ведной)</p>
7	<b>ПК-14</b> Способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	<p><b>Знать</b> Основные направления бизнес-проектирования и оценки их эффективности</p> <p><b>Уметь</b> Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики</p> <p><b>Владеть</b> Методами прогнозирования бизнес-процессов и оценки их эффективности</p>

### Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего	Семестры
--------------------	-------	----------

	часов	8			
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики, формулировки индивидуальных заданий	8	8	-	-	-
Самостоятельная работа обучающегося в обучающей организации (стационарная форма) или на предприятии-базе практики (выездная форма)	80	80	-	-	-
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	4	4			
Консультации по составлению отчета, подготовка окончательного варианта отчета и презентации, аттестация обучающегося по практике	16	16	-	-	-
Общая трудоемкость ед.	час	108	-	-	-
	зач.	3	-	-	-

### 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](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