

Аннотация по дисциплине
Производственная преддипломная практика
для профиля подготовки
магистров «Маркетинг в торговле» направления 38.04.06 «Торговое дело»
Форма итогового контроля – зачет

Объем трудоемкости: 9 зачетных единиц, 324 часа.

Цель практики

Преддипломная практика является завершающей частью производственной практики в образовательной программе высшего образования уровня магистратуры 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.

Производственная преддипломная практика предусматривает реализацию научно-исследовательского и проектного видов профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры.

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 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры).

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 магистранта.

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

Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
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 личного развития и профессионального роста Владеть Навыками использования своего творческого потенциала в профессиональной деятельности
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
ОК-9 Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений	знать Основные принципы самостоятельной работы с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования

<p>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>	<p>уметь Быть мобильным на рынке труда; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе</p> <p>владеть Базовыми навыками взаимодействия и общения с работниками всех уровней и подразделений предприятия с учетом образования и его дальнейшего совершенствования</p>
<p>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)</p>	<p>Знать Основные понятия, связанные с выбором инноваций, их анализа и оценки экономической эффективности</p> <p>Уметь Находить и квалифицированно применять инновационные инструменты при решении поставленных профессиональных задач;</p> <p>Владеть Навыками самостоятельного поиска и выбора инноваций, оценки их экономической эффективности в целях профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>
<p>ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)</p>	<p>Знать Методы оценивания эффективности инновационных технологий в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь Составлять претензии на некачественные товароматериальные ценности и ответы на претензии с учетом новых технологий и подходов</p> <p>Владеть Навыками разработки, оценки и применения инновационных технологий в профессиональной деятельности</p>
<p>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)</p>	<p>Знать Понимать роль анализа и оценки бизнес-среды как основы успешной деятельности в условиях современного рынка Основные направления хозяйственной деятельности предприятия</p> <p>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</p> <p>Владеть Базовыми навыками оценки бизнес-среды организации и эффективности хозяйственной деятельности предприятия</p>

<p>ПК-8</p> <p>способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ</p>	<p>Знать</p> <p>Основные подходы и методы сбора и обработки информации в процессе реализации исследовательского проекта</p> <p>Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования;</p> <p>Уметь</p> <p>Проводить комплекс мероприятий по сбору, хранению, обработке и анализу информации об экономической деятельности предприятия-базы практики</p> <p>Обрабатывать и систематизировать собранную в ходе практики информацию по теме ВКР</p> <p>Владеть</p> <p>Методами анализа и представления данных в ходе научно-исследовательского проекта по проблеме ВКР</p>
<p>ПК-9</p> <p>Готовность к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности</p>	<p>Знать</p> <p>Основные направления и виды информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Уметь</p> <p>Формировать коммуникационные инструменты взаимодействия с потребителями на основе современных телекоммуникационных технологий</p> <p>Владеть</p> <p>Методами и инструментами обработки информации, собранной на предприятии в ходе практики</p> <p>Методами проектирования информационного обеспечения в профессиональной деятельности</p>
<p>ПК-10</p> <p>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 проектированию и разработке бренд - технологий</p>	<p>Знать</p> <p>Основные направления и тенденции развития инноваций в маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы</p> <p>Уметь</p> <p>Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики</p> <p>Владеть</p> <p>Методами проектирования и оценки долгосрочных эффектов маркетинговых нововведений, предлагаемых в ВКР</p>

Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		А	В	С

Подготовительный этап, включающий контактную работу магистранта с преподавателем	0,5	-	-	0,5
Самостоятельная работа магистранта	322,5	-	-	322,5
Аттестация магистранта по практике	1	-	-	1
Общая трудоемкость	час	324	-	324
	зач. ед.	9	-	9

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