

Аннотация по дисциплине
Производственная практика (научно-исследовательская работа)
для профиля подготовки магистров «Маркетинг в торговле» направления
38.04.06 «Торговое дело»
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.

Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
<p>ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу</p>	<p>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;</p> <p>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</p> <p>владеть научными методами и инструментами прогнозной оценки эффектов научного решения проблем функционирования организационной системы на основе анализа и синтеза информации</p>
<p>ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать Основные подходы и принципы формирования стратегии личного развития и профессионального роста</p> <p>Уметь Определять свои профессиональные перспективы, формулировать цели личностного развития и профессионального роста</p> <p>Владеть Навыками использования своего творческого потенциала в профессиональной деятельности</p>
<p>ОК-4 Способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень</p>	<p>знать Основные принципы совершенствования и развития своего интеллектуального и общекультурного уровня</p> <p>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</p> <p>владеть Базовыми навыками развития своего интеллектуального и общекультурного уровня</p>
<p>ОК-5 Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению науч-</p>	<p>Знать Основы самодисциплины, планирования собственного времени, разработки планов личного образования и развития</p> <p>Уметь Адаптироваться к новым ситуациям, критически переоценивать</p>

<p>ного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>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</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 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 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 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</p>
<p>ПК-3 Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия</p>	<p>Знать Состав, структуру технологического процесса как объекта управления Уметь Разбираться в терминологии и правильно интерпретировать нормы и регламенты в организации технологического процесса как объекта управления Владеть Первичным опытом нахождения и принятия управленческих решений в области профессиональной деятельности, систематизации и обобщения информации по формированию и использованию ресурсов предприятия</p>

<p>ПК-6</p> <p>способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов</p>	<p>Знать</p> <p>Знать базовые навыки исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка</p> <p>Уметь</p> <p>Разрабатывать бизнес – технологий с использованием научных методов и использовать их в работе с деловыми партнерами в рамках маркетинговой деятельности розничного предприятия</p> <p>Владеть</p> <p>Базовыми навыками разработки эффективной бизнес-технологии для ее использования в профессиональной деятельности</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>

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 исследова-	6	3	2

ния и уточнение целей и задач ВКР			
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