

Аннотация по дисциплине  
Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)  
для направления 38.03.06 «Торговое дело»  
Курс 2. Семестр 4.  
Форма итогового контроля – зачет

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

### **Цель практики**

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности является составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на базах практики. Особенностью данной практики является переход обучающегося от преимущественно ознакомительной деятельности к профессионально-ориентированной, направленной на получение опыта выполнения конкретных профессиональных функций непосредственно на рабочем месте.

Цель практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности – дальнейшая адаптация, закрепление и расширение теоретических знаний студентов, полученных ими при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин в области маркетинга, в реальных условиях функционирования предприятий, а также развитие профессионального мировоззрения и приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере торговой, торгово-посреднической и иной коммерческой деятельности, связанной с выведением, продвижением и сбытом товаров и услуг на конкурентных рынках.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности предусматривает реализацию организационно-управленческого вида профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

### **Задачи практики**

Задачами практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности являются:

- овладение конкретными методами управления маркетинговой деятельностью, используемыми в организации - базе практики, исходя из ее целей и задач;
- приобретение практических навыков по анализу и организации работы объекта практики;
- изучение и непосредственное участие в подготовке и принятии управленческих решений руководителем и специалистами различных маркетинговых и коммерческих служб организации по формированию целей и задач, функций и их организационной структуры;
- обоснование и выбор основных направлений развития объекта практики;
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения выпускной квалификационной работы – дипломного исследования по выбранной теме;
- формирование и разработка предложений по совершенствованию процесса управления организацией в условиях динамичной среды.

Цели и задачи практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности полностью соотнесены с задачами по видам профессиональной деятельности студентов: организационно-управленческой, аналитической, научно-исследовательской и педагогической деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

## Место практики в структуре образовательной программы

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», является обязательным элементом ООП обучения бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание практики развивает и адаптирует знания, умения, навыки, полученные в ходе теоретического изучения базовых экономических дисциплин, таких, как «Менеджмент», «Маркетинг», «Экономика предприятия», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», в реальных условиях предприятия выбранной сферы деятельности.

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

В результате прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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.

Индекс и содержание компетенции	В результате проведения практики обучающиеся должны
<b>ОК-2</b> Способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	<b>знать</b> Основные принципы и подходы к оценке эффективности управления маркетинговой и сбытовой деятельностью предприятий в сфере розничной торговли товарами и услугами <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 <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
<b>ОК-4</b> Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<b>знать</b> Основные социальные принципы и нормы морально-этичного поведения и эффективного взаимодействия в трудовом коллективе <b>уметь</b> Адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации <b>владеть</b> Базовыми навыками взаимодействия и общения с работниками всех уровней и подразделений предприятия и навыками командной работы

<p><b>ОПК-1</b> Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p><b>Знать</b> Основные направления деятельности, базовую организационно-управленческую структуру, особенности и функции главных подразделений, направленные на решение стандартных задач, систему информационных технологий и баз данных предприятия и способы защиты информации</p> <p><b>Уметь</b> Использовать вторичные и первичные информационные источники и каналы поиска профессиональной информации, осуществлять их библиографическое описание и систематизацию Применять стандартные программные продукты и технологии в сборе, систематизации и обработке профессиональных данных Оценивать степень актуальности и достоверности собранных данных</p> <p><b>Владеть</b> Способами оперативного поиска, отбора и квалифицированного применения информации в профессиональных целях Базовыми методами хранения и защиты информации от несанкционированного использования с учетом основных требований информационной безопасности</p>
<p><b>ОПК-3</b> Умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов</p>	<p><b>Знать</b> Основной набор и способы нахождения нормативных документов, регламентирующих маркетинговую и сбытовую деятельность предприятия-базы практики Основные принципы и направления правового регулирования деятельности предприятий коммерческой сферы</p> <p><b>Уметь</b> Находить и квалифицированно применять нормативно-правовые документы при решении поставленных профессиональных задач; Оценивать правомерность предпринимаемых действий и реализуемых мероприятий в личной и профессиональной сфере</p> <p><b>Владеть</b> Навыками поиска необходимой нормативно-правовой информации, её понимания, систематизации и квалифицированного использования с соблюдением действующего законодательства и требований нормативных документов</p>
<p><b>ОПК-5</b> Готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговотехнологической) и проверять правильность ее оформления</p>	<p><b>Знать</b> Состав, структуру и требования к основной технической документации, регламентирующей основные процессы функционирования розничного предприятия</p> <p><b>Уметь</b> Разбираться в технической терминологии и правильно интерпретировать технические нормы и регламенты в организации процесса функционирования предприятия</p> <p><b>Владеть</b> Первичным опытом применения и контроля технических норм и регламентов</p>

<p><b>ПК-5</b> Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>	<p><b>Знать</b> Основные подходы и методы управления персоналом организации и основы организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p> <p><b>Уметь</b> Проводить комплекс мероприятий организационно-управленческой работе коллектива предприятия-базы практики</p> <p><b>Владеть</b> Навыками управления персоналом предприятия</p>
<p><b>ПК-6</b> Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>	<p><b>Знать</b> Знать базовые навыки коммуникаций с деловыми партнерами, основные принципы ведения деловых переговоров</p> <p><b>Уметь</b> Разрабатывать и заключать договоры с деловыми партнерами в рамках маркетинговой деятельности розничного предприятия</p> <p><b>Владеть</b> Базовыми навыками разработки договоров и контроля за их исполнением</p>
<p><b>ПК-7</b> Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p><b>Знать</b> Состав и содержание нормативных требований к стандартизации, сертификации и подтверждению соответствия товаров и услуг</p> <p>Состав, структуру и содержание набора общих и специальных данных, идентифицирующих основные характеристики товаров</p> <p><b>Уметь</b> Проверять товары по происхождению, соответствию нормативным требованиям, необходимым качественным параметрам на основе документации и маркировки</p> <p><b>Владеть</b> Первичным опытом выявления некачественных, некондиционных, фальсифицированных и контрафактных товаров</p>
<p><b>ПК-8</b> Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p><b>Знать</b> Сущность, содержание и характеристики торговой услуги как продукта, обладающего потребительской ценностью</p> <p>Основные подходы к описанию и оценке качества торговой услуги по основным критериям</p> <p><b>Уметь</b> Разрабатывать комплексную методику оценки качества торговой услуги</p> <p><b>Владеть</b> Первичным опытом изучения и сопоставления качества торговых услуг с учетом требований потребителей</p>
<p><b>ПК-9</b> Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p><b>Знать</b> Основные направления развития и совершенствования торгово-розничной деятельности предприятия в рамках выбранной стратегии</p> <p><b>Уметь</b> Формировать набор мероприятий и обосновывать их реализацию для развития и совершенствования деятельности предприятия, разрабатывать комплекс маркетинговых стратегий организации</p>

	<b>Владеть</b> Первичным опытом участия в разработке и реализации проектов стратегического развития и совершенствования коммерческой, маркетинговой, рекламной деятельности предприятия
--	--

### Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		2	4	6	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 на предприятии-базе практики	80	-	80	-	-
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	16	-	16	-	-
Консультации по составлению отчета и аттестация обучающегося по практике	4	-	4	-	-
Общая трудоемкость	час	-	108	-	-
	зач. ед.	-	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