

Аннотация по дисциплине  
Производственная технологическая практика  
для направления 38.03.06 «Торговое дело»  
Курс 3. Семестр 6. Форма итогового контроля – зачет

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

### Цель практики

Технологическая практика бакалавров является составной частью производственной практики в образовательной программе высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятиях выбранной сферы деятельности.

Общей целью технологической практики является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения торгово-технологических, маркетинговых, сбытовых, логистических и иных функций в реальных условиях деятельности предприятия выбранной сферы экономической деятельности в соответствии с направлением подготовки «Торговое дело» на основе теоретических знаний специализированных профессиональных дисциплин.

Конкретными целями технологической практики являются:

практическое закрепление и углубление знаний, умений, навыков и компетенций, полученных обучающимися в процессе изучения торгово-технологических и маркетинговых дисциплин;

закрепление профессионального опыта работы и взаимодействия в трудовом коллективе предприятия избранной сферы деятельности, соответствующей направлению 38.03.06 «Торговое дело»;

формирование профессиональной культуры и деловых качеств обучающегося в реальных условиях действующего предприятия;

апробация подходов и методов научно-исследовательской деятельности для выявления и анализа факторов повышения эффективности торгово-технологических процессов в реальных условиях.

Производственная технологическая практика предусматривает реализацию торгово-технологического и логистического видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата.

### Задачи практики

В ходе технологической практики обучающийся должен выполнить следующие задачи:

- исследовать организационно-функциональную и технико-технологическую систему функционирования торгового предприятия-базы практики;

- изучить основные торгово-технологические операции и получить базовый опыт их реализации обучающимся на рабочем месте;

- изучить основные требования, показатели, критерии качества торговых услуг, используемые в практической деятельности предприятия-базы практики;

- изучить основные виды внешних и внутренних нормативных документов, регулирующих технологическую деятельность торговых предприятий и требования к качеству предоставляемых торговых услуг;

- выявить факторы внутренней и внешней среды, оказывающие влияние на формирование качества торговых услуг, проанализировать причины возникновения и характер возможных нарушений уровня качества торговых услуг;

- изучить формы, методы и процедуры экспертизы и контроля качества реализуемой продукции в процессе приемки, хранения, продажи, возврата и работы с претензиями покупателей;

- исследовать применяемые методы изучения потребительского восприятия качества торговых услуг и получить профессиональные умения и навыки в организации исследователь-

ских проектов по изучению потребительских предпочтений и потребительского отношения к качеству торговых услуг в маркетинговой деятельности предприятия.

Цели и задачи технологической практики полностью соотнесены с задачами по видам профессиональной деятельности бакалавров: организационно-управленческой, аналитической, научно-исследовательской 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.

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

Технологическая практика относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)», является обязательным элементом ООП магистратуры по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание практики является логическим продолжением дисциплин учебного плана «Розничная торговля», «Системы управления качеством торгового предприятия», «Продуктовая и ассортиментная политика торгового предприятия» и служит основой для последующего формирования профессиональной компетентности в профессиональной области научно-исследовательской, аналитической и практической деятельности.

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

В результате прохождения технологической 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-3	Умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов	<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 <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 <b>Владеть</b> Навыками поиска необходимой нормативно-правовой информации, её понимания, систематизации и квалифицированного использования с соблюдением действующего законодательства и требований норматив-

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
			ных документов
2	ОПК-5	Готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	<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>
3	ПК-1	Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	<p><b>Знать</b> Нормативные документы, определяющие качество, производство, маркирование, упаковку, транспортирование и хранение товаров</p> <p><b>Уметь</b> Обосновывать актуальность выбранного научного направления, учитывая прогрессивные направления развития отрасли</p> <p><b>Владеть</b> Методами управления ассортиментом и качеством товаров и услуг</p>
4	ПК-2	Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	<p><b>Знать</b> Цели, задачи, объекты, субъекты, средства, системы, методы, правовую базу управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессами хранения и инвентаризации</p> <p><b>Уметь</b> Осуществлять оценку и экспертизу торгово-технологических процессов</p> <p><b>Владеть</b> Находить и принимать управленческие решения в области процессов хранения, инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов</p>
5	ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного	<p><b>Знать</b> Методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров</p> <p><b>Уметь</b> Составлять претензии на некачественные товароматериальные ценности и ответы на претензии на основе анализа маркетинговой информации</p> <p><b>Владеть</b> Навыками изучения и прогнозирования</p>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
		рынка	спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка
6	ПК-4	Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	<b>Знать</b> Гигиенические требования к качеству, в т.ч. и безопасности, сырья, потребительских товаров и упаковки <b>Уметь</b> Оформлять документы для целей идентификации товаров <b>Владеть</b> Навыками систематизации и обобщения информации, необходимой для идентификации и выявления фальсификации товаров
7	ПК-15	Готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	<b>Знать</b> Основы организации логистической системы предприятия <b>Уметь</b> Анализировать эффективность логистических цепей и схем в торговых организациях <b>Владеть</b> Процедурами по организации оптимальных логистических систем на основе управления логистическими процессами

### Распределение плановой трудоемкости по видам работ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		2	4	6	8	
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем	6	-	-	6	-	
Самостоятельная работа обучающегося	100	-	-	100	-	
Аттестация обучающегося по практике	2	-	-	2	-	
Общая трудоемкость	час	108	-	-	108	-
	зач. ед.	3	-	-	3	-

### Основная литература:

1.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.

2.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)

3.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