



АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА,
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Основная образовательная
программа высшего образования
по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

Профиль

Маркетинг и рыночная аналитика

Квалификация (степень)

Бакалавр

Блок, в рамках которого происходит освоение модуля
(дисциплины)

Б 2

Шифр дисциплины (модуля)

Б2.В.02(Пд)

Форма промежуточной
аттестации

зачет с оценкой

Год

2024

1. Цель и задачи практики

Целью преддипломной практики является закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении профессиональных и специальных дисциплин, на основе изучения деятельности предприятия и приобретение необходимых умений и навыков практической работы по направлению профессиональной деятельности, сбор необходимой планово-отчётной, учётной, организационно-распорядительной документации и оперативной информации по предприятию, на базе которого выполняется выпускная квалификационная работа, что позволит успешно ее выполнить и защитить.

Умения и опыт, являющиеся основой формирования профессиональных компетенций, определяются с учетом квалификационных требований, сформулированных в профессиональных стандартах применительно к отдельным трудовым функциям. Профессиональные стандарты служат основой дополнения программы преддипломной практики с учетом принципа дидактической целесообразности, конкретизации умений и опыта, освоение которых необходимо для будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Преддипломная практика призвана решить следующие **задачи**:

- обоснование актуальности выбранной темы, ее ценности и значения для сфер управления предприятием;
- изучение теоретических положений, нормативно-правовых документов, статистических и справочных материалов, а также учебно-методических и научных источников по выбранной теме;
- формирование собственной точки зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме исследования;
- изучение материально-технических и социально-экономических условий деятельности и характера их влияния на изменение управленческой ситуации конкретного предприятия;
- проведение анализа собранных данных, используя соответствующие методы обработки и анализа информации;
- определение выводов и разработка рекомендаций на основе проведенного анализа;
- осуществление расчета экономической эффективности от внедрения предлагаемых мероприятий;
- оформление выпускной квалификационной работы в соответствии с нормативными требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.

2. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

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

Производственная, преддипломная практика направлена на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-1 Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1 Способен анализировать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	Знать: как анализировать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Уметь: анализировать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Владеть: навыками анализа нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность
	ПК-1.2 Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и методы маркетинговых исследований	Знать: как определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и методы маркетинговых исследований Уметь: определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и методы маркетинговых исследований Владеть: навыками определения подходящих инструментов комплекса маркетинга и методов маркетинговых исследований
	ПК-1.3Способен проводить маркетинговые исследования	Знать: как проводить маркетинговые исследования Уметь: проводить маркетинговые исследования Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований
ПК-2 Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги),	ПК-2.1 Способен разрабатывать и тестировать товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды)	Знать: как разрабатывать и тестировать товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) Уметь разрабатывать и тестировать товары (услуги), создавать нематериальные

создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации		активы (бренды) Владеть: навыками разработки и тестирования товаров (услуг), создания нематериальных активов (брендов)
	ПК-2.2 Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговую программу с использованием инструментов товарной политики	Знать: как разрабатывать и реализовывать маркетинговую программу с использованием инструментов товарной политики Уметь: разрабатывать и реализовывать маркетинговую программу с использованием инструментов товарной политики Владеть: навыками разработки и реализации маркетинговой программы с использованием инструментов товарной политики
	ПК-2.3 Способен разрабатывать и реализовывать конкурентоспособную товарную политику организации	Знать: как разрабатывать и реализовывать конкурентоспособную товарную политику организации Уметь: разрабатывать и реализовывать конкурентоспособную товарную политику организации Владеть: навыками разработки и реализации конкурентоспособной товарную политики организации
ПК-3 Способен разрабатывать и совершенствовать политику ценообразования в организации	ПК-3.1 Способен анализировать и применять инструменты маркетингового ценообразования	Знать инструменты маркетингового ценообразования Уметь: анализировать и применять инструменты маркетингового ценообразования Владеть: навыками анализа и применения инструментов маркетингового ценообразования
	ПК-3.2 Способен разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)	Знать: политику конкурентных цен на товары (услуги) Уметь: разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги) Владеть: способностью разрабатывать политику

		конкурентных цен на товары (услуги)
	ПК-3.3 Способен совершенствовать политики ценообразования в организации	Знать: политику ценообразования в организации Уметь: совершенствовать политики ценообразования в организации Владеть: способностью совершенствовать политики ценообразования в организации
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	ПК-4.1 Способен анализировать подходы к формированию сбытовой политики организации	Знать: подходы к формированию сбытовой политики организации Уметь: анализировать подходы к формированию сбытовой политики организации Владеть: навыками анализа подхода к формированию сбытовой политики организации
	ПК-4.2 Способен создавать каналы распределения (дистрибуции) и внедрять сбытовую политику организации	Знать: каналы распределения (дистрибуции) и внедрять сбытовую политику организации Уметь: создавать каналы распределения (дистрибуции) и внедрять сбытовую политику организации Владеть: навыками создания каналов распределения (дистрибуции) и внедрения сбытовой политики организации
	ПК-4.3 Способен совершенствовать сбытовую политику организации	Знать: сбытовую политику организации Уметь: совершенствовать сбытовую политику организации Владеть: навыками совершенствования сбытовой политики организации
ПК-5 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-5.1 Способен анализировать инструменты маркетинговых коммуникаций	Знать, как анализировать инструменты маркетинговых коммуникаций Уметь: анализировать инструменты маркетинговых коммуникаций Владеть: навыками анализа инструментов маркетинговых коммуникаций
	ПК-5.2 Способен выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий	Знать: как выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий

	уровне стратегий	Уметь: выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий Владеть: способностью выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий
	ПК-5.3 Способен совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	Знать: как совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации Уметь: совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации Владеть: способностью совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
ПК-6 Способность разрабатывать маркетинговую стратегию организации	ПК-6.1 Способен применять принципы стратегического и оперативного планирования	Знать: принципы стратегического и оперативного планирования Уметь: применять принципы стратегического и оперативного планирования Владеть навыками: применения принципов стратегического и оперативного планирования
	ПК-6.2 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию и формировать стратегию развития организации	Знать: способы разработки маркетинговой стратегии и формирования стратегии развития организации Уметь: разрабатывать маркетинговую стратегию и формировать стратегию развития организации Владеть навыками: разработки маркетинговой стратегии и формирования стратегии развития организации
	ПК-6.3 Способен развивать систему стратегического управления маркетинговой деятельностью	Знать: способы развития системы стратегического управления маркетинговой деятельностью Уметь: развивать систему стратегического управления маркетинговой деятельностью Владеть навыками: развития системы стратегического управления маркетинговой деятельностью

ПК-7 Способен выявлять истинные бизнес-проблемы или бизнес-возможности	ПК-7.1. Способен выявлять и оценивать маркетинговые риски	Знать маркетинговые риски Уметь: выявлять и оценивать маркетинговые риски Владеть: навыками руководства реализацией бизнес-процессов с учетом оценки маркетинговых рисков
	ПК-7.2. Способен выявлять и классифицировать бизнес-проблемы	Знать: методы выявления и классификации бизнес-проблемы Уметь: выявлять и классифицировать бизнес-проблемы Владеть: методами выявления бизнес-проблемы
	ПК-7.3. Способен выявлять бизнес-возможности	Знать: методы выявления бизнес-возможности Уметь: выявлять бизнес-возможности Владеть: навыками выявления бизнес-возможностей
ПК-8 Способен анализировать обосновывать и выбирать решения	ПК-8.1 Способен применять методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации	Знать: методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации Уметь: применять методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации Владеть: методами сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации
	ПК-8.2 Способен принимать и обосновывать маркетинговые решения	Знать: маркетинговые решения Уметь: принимать и обосновывать маркетинговые решения Владеть: навыками принятия и обоснования маркетинговых решений
	ПК-8.3 Способен проводить анализ и оценку эффективности маркетинговых решений	Знать: анализ и оценку эффективности маркетинговых решений Уметь: проводить анализ и оценку эффективности маркетинговых решений Владеть: навыками проведения анализа и оценки эффективности маркетинговых

		решений
ПК-9 Готов руководить бизнес-анализом	ПК-9.1 Способен проводить бизнес-анализ	Знать: методические подходы к бизнес - анализу Уметь: проводить бизнес-анализ Владеть: навыками бизнес - анализа и его учета в процессе руководства организацией
	ПК-9.2 Способен проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев	Знать: порядок проведения оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев Уметь: проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев Владеть : навыками проведения оценки эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев
	ПК-9.3 Способен разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение	Знать: порядок разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечения их выполнения. Уметь: разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение Владеть: навыками разработки планов проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение
ПК-10 Способен разрабатывать стратегии управления изменениями в организации	ПК-10.1 Способен анализировать информацию, необходимую для разработки стратегии управления изменениями организации	Знать: -методы анализа информации, необходимой для разработки стратегии управления изменениями организации; Уметь: анализировать информацию, необходимую для разработки стратегии управления изменениями организации Владеть: -навыками анализа информации, необходимой для разработки стратегии управления изменениями организации;
	ПК-10.2 Способен разрабатывать стратегию управления маркетинговыми рисками, комплекс мероприятий по их минимизации	Знать: - основные аспекты управления маркетинговыми рисками и меры, способствующие их минимизации

		<p>Уметь: разрабатывать стратегию управления маркетинговыми рисками, комплекс мероприятий по их минимизации</p> <p><u>Владеть:</u> - навыками разработки стратегию управления маркетинговыми рисками, комплекс мероприятий по их минимизации</p>
	ПК-10.3 Способен определять цели и задачи стратегических изменений в организации	<p>Знать: - цели и задачи стратегических изменений в организации</p> <p>Уметь: - определять цели и задачи стратегических изменений в организации;</p> <p>Владеть навыками: - определения цели и задачи стратегических изменений в организации</p>

4. Содержание практики

№ п/п	Наименование этапа	Содержание	Трудоемкость, час.	Форма текущего контроля
1	2	3	4	5
1	Организационный	<p>1. Организационное собрание для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики. Ознакомление с программой практики</p> <p>2. Прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности</p> <p>3. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка.</p> <p>4. Разработка индивидуального задания.</p>	10	Собеседование с руководителем практики
2	Основной	<p>1. Сбор информации</p> <p>2. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала</p> <p>3. Иные виды работ в соответствии с индивидуальным заданием</p> <p>Изучает содержание, формы, направления деятельности</p>	180	Собеседование с руководителем практики, дневник практики

		<p>организации и подразделения: документы планирования и учета, планы и отчеты, нормативные и регламентирующие документы.</p> <p>Выполняет определенную работу: посещает подразделения организации, проводит наблюдение и анализ деятельности по согласованию с руководителем практики, углубляет знания и приобретает практические навыки в области проектной, информационно-аналитической и управленческой деятельности.</p> <p>Выполняет задания по преддипломной практике.</p> <p>Выполняет индивидуальное задание.</p>		
3	Заключительный	1. Составление отчета о практике. Представление отчета о практике руководителю по практике	26	Отчет о практике
		Итого	216	