

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.09.2021 16:42:44

Уникальный программный ключ: c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

## Производственная практика (Торгово-технологическая практика)

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	320	320	320	320
Итого	324	324	324	324

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Приобретение обучающимися знаний, навыков и умений для решения профессиональных задач, исследовательских и аналитических навыков, развитие профессиональных компетенций по управлению торгово-технологической деятельностью коммерческих предприятий с применением маркетинговых информационных технологий.
-----	---

### 2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

#### **Знать:**

основные методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия) и эффективности её хозяйственной деятельности; основные методы исследования и прогнозирования тенденций изменения конъюнктуры рынка; научные методы прогнозирования рыночных конъюнктур и моделирования бизнес-технологий; основы развития профессиональной деятельности в области маркетинга современных компаний; основы научно-исследовательских работ в области маркетинга; проектирование, разработку, экспертизу и рекламу новых товаров и услуг, бренд-технологии (соотнесено с индикатором ПК-2.1)

#### **Уметь:**

разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности; анализировать и моделировать бизнес-технологии маркетинговой деятельности; исследовать и прогнозировать конъюнктуру рынка и моделировать бизнес-технологии на научной основе; исследовать направления развития профессиональной деятельности в области маркетинга в современном бизнесе; обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ; проектировать и разрабатывать бренд-технологии в рекламной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.2)

#### **Владеть:**

методами контроля и оценки эффективности разработанной стратегии маркетинговой деятельности; методами оценки результатов маркетинговой деятельности; научно обоснованными методами оценки конъюнктуры рынка; методами оценки прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в функциональных сферах маркетинга; методами обработки и представления результатов научно-исследовательских работ; оценки конкурентоспособности и планирования ассортимента товаров (соотнесено с индикатором ПК-2.2)