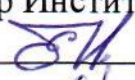



Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.09.2021 16:38:18
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
 Иванова Е.А.
« 30 »  2021 г.

Рабочая программа
Производственная практика (Торгово-технологическая практика)

Направление 38.04.06 Торговое дело
магистерская программа 38.04.06.02 "Маркетинг и коммуникации в цифровой экономике"

Для набора 2021 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА **Маркетинг и реклама****Распределение часов практики по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
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

Объем практики

Неделя	6
Часов	324
ЗЕТ	9

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 30.08.2021 протокол № 1.

Программу составил(и): д.э.н., доцент, Бондаренко В.А. *[Подпись]* 30.08.2021

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент Бондаренко В.А. *[Подпись]* 30.08.2021

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Писарева Е.В. *[Подпись]* 30.08.2021

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ООП: Б2.В.01

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**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)

3. ПРАКТИКА

Вид практики:	Производственная
Способ практики:	выездная стационарная
Форма практики:	Дискретно по периодам проведения практик Практика проводится в форме практической подготовки.
Тип практики:	торгово-технологическая
Форма отчетности по практике:	Дневник о прохождении практики, отчет о прохождении практики

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Подготовительный этап				
1.1	Вводная лекция. Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по прохождению практики, по составлению и оформлению отчета по практике. /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
	Раздел 2. Основной этап				

2.1	Ознакомление с организацией работы на предприятии и в структурных подразделениях. Работа с литературой и электронными ресурсами Сбор аналитических данных Анализ торгово-технологической деятельности объекта практики, анализ возможностей внедрения инноваций торгово-технологической деятельности с использованием Microsoft Office. /Ср/	4	240	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
Раздел 3. Заключительный этап					
3.1	Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении практики с использованием Microsoft Office; сдача отчета о практике на кафедру. /Ср/	4	80	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2
3.2	/ЗачётСОц/	4	0	ПК-2	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.4 Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1 Э2

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике представлен в Приложении 1 к программе практики.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебная литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Захарова, Ю. А.	Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020	http://www.iprbookshop.ru/87620.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Бобров Ю. Г.	Розничная торговля: практическое пособие	Москва: Лаборатория книги, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89585 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Кент, Т., Омар, О.	Розничная торговля: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «маркетинг», 080301 «коммерция» («торговое дело»)	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	http://www.iprbookshop.ru/81845.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Помаз, И. В., Шингирей, С. А., Харкевич, А. М., Михарева, В. А.	Прикладной маркетинг: учебное пособие	Минск: Вышэйшая школа, 2007	http://www.iprbookshop.ru/21749.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2		Менеджмент и Бизнес-Администрирование: журнал	Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600685 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.3	Казанцев П. И.	Отдел маркетинга торговой сети – роль и задачи	Москва: Лаборатория книги, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141541 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Иган Д., Лалаян Е. Э.	Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник	Москва: Юнити, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.2 Ресурсы сети «Интернет»

Э1	Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) www.esomar.org
Э2	База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) https://wciom.ru/database/

6.3. Информационные технологии:

6.3.1. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

6.3.2. Перечень информационных справочных систем

КонсультантПлюс

ГАРАНТ

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, а также подразделения Университета, являющиеся базами практики должны обеспечить рабочее место студента оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Отчет по производственной практике (технологической практике) состоит из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет не менее 20 страниц печатного текста. Вторая часть отчета о практике представляет собой приложения к отчету (графики, рисунки, диаграммы и таблицы, статистические данные, копии локальных актов организации (предприятия) и т.п.) Отчет по практике выполняется на русском языке, в компьютерном наборе на белой бумаге, на одной стороне, формата А 4 (210x297 мм).

Текст печатается 14 шрифтом Times New Roman, через 1,5 интервала с полями: левое - 3 см, правое - 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см, отступы строк и интервалы до и после абзаца должны быть равны нулю. Все слова в тексте отчета должны быть написаны полностью. Допускаются только общепринятые сокращения (например: и так далее -и т.д.; то есть - т. е.; смотри - см.) и сокращения, расшифровываемые в перечне сокращений, символов и специальных терминов.

В тексте отчета не допускаются выделения подчеркиванием, курсивом, полужирным шрифтом или любыми другими способами. Все страницы отчета должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа, располагаясь по центру без точки. Размер шрифта 11 с типом Times New Roman. Общей нумерации подвергается также титульный лист, номер на котором не проставляется.

В общий объем отчета включается количество страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом списка использованных источников (приложения в общий объем отчета не засчитываются).

Обучающийся выполняет следующие задания по производственной технологической практике:

- 1) осуществляет сбор, хранение, обработку и анализ информации методами, применяемыми в торговой деятельности;
- 2) проводит анализ и оценку торговой деятельности, товарных рынков, продвижения товаров от производителей до потребителей;
- 3) анализирует структуру и характеристику ассортимента товаров по товарным группам;
- 4) анализирует и оценивает организацию торгово-технологического процесса на торговом предприятии;
- 5) исследует организацию логистической, маркетинговой, рекламной деятельности на торговом предприятии;
- 6) исследует порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности на предприятии.

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;
- содержание;
- общая характеристика торгового предприятия;
- организация системы товароснабжения предприятия;
- специализация предприятия;
- организация торгово-технологического процесса на предприятии;
- маркетинг и реклама в торговом предприятии;
- товароведная характеристика торгового процесса и порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности;
- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведённое выше в конкретном отчёте того или иного обучающегося может корректироваться.

Список должен содержать сведения об источниках литературы, использованных в процессе прохождения практики (должностные инструкции, Устав предприятия и др.), в алфавитном порядке. Включение в список литературы, которой обучающийся не пользовался в своей работе, недопустимо.

К отчету могут быть приложены отчетность предприятия, таблицы, схемы, бланки, а также образцы документов, с которыми обучающийся непосредственно работал в процессе практики.

Отчет обязательно должен содержать не только информацию о выполнении заданий программы практики, но и включать анализ этой информации, выводы и рекомендации, разработанные обучающимся самостоятельно.

Аттестацию магистрантов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-2:Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации			
Знания основные методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия) и её эффективности 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)	собирает данные, необходимых для подготовки отчета;	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-15)
Умения разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности; анализировать и моделировать бизнес-технологии маркетинговой деятельности;	применяет методы обработки информации в отчете для приращения творческого потенциала в профессиональной деятельности	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-15)

<p>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)</p>			
<p>Навыки 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)</p>	<p>осуществляет саморазвитие и самоанализ при написании отчета для наращивания творческого потенциала</p>	<p>грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций в отчете, соответствие отчета требованиям по содержанию</p>	<p>Индивидуальное задание (задание 1-15)</p>

Шкалы оценивания:

Контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (зачет «отлично»)
67-83 баллов (зачет «хорошо»)
50-66 баллов (зачет «удовлетворительно»)
0-49 баллов (незачет «неудовлетворительно»).

Типовые индивидуальные задания

Индивидуальное задание

1. Назовите организационно-правовую форму предприятия, форму собственности, место расположение, режим работы;
2. дайте характеристику организационной структуры предприятия, а также каждого из подразделений предприятия;
3. опишите основные функции предприятия, перечень оказываемых основных и дополнительных услуг.
4. дайте общую оценку финансово-экономического положения предприятия;
5. оцените конкурентную позицию предприятия на рынке, дайте характеристику основных конкурентов;
6. опишите состав и особенности контингента потребителей;
7. охарактеризуйте ценовую, ассортиментную, маркетинговую политику предприятия торговли;
8. охарактеризуйте устройство и планировку торгового предприятия, его техническую оснащенность, рассчитайте эффективность использования торговой площади.
9. проанализируйте торгово-технологический процесс на предприятии и оцените его эффективность;
10. рассмотрите формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров;
11. дайте характеристику организации закупочной деятельности в торговом предприятии;
12. опишите порядок приемки товаров в торговом предприятии по количеству и качеству; действия предприятия при поступлении дефектных товаров;
13. ознакомьтесь с правилами хранения товаров и сроками реализации (для продовольственных товаров) и порядком обмена и возврата товаров, купленных в магазине;
14. рассмотрите организацию рекламной деятельности в торговом предприятии, используемые методы стимулирования продажи товаров; оцените использованные

рекламные средства и способы рекламно-информационного оформления торгового зала.

15. охарактеризуйте предложения по совершенствованию работы подразделения, в котором проходила практика, и предприятия в целом.

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (зачет «отлично») выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; своевременно предоставил отчет о прохождении практики, а также дневник и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета по практике точно соответствует требуемой структуре отчета, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; в процессе собеседования демонстрирует отличные знания и умения, предусмотренные программой производственной практики, аргументировано и в логической последовательности излагает материал, аргументированно отвечает на поставленные вопросы
- 67-83 баллов (зачет «хорошо») выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; предоставил отчет о прохождении практики, а также дневник и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета по практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала, выводов и рекомендаций; в процессе собеседования демонстрирует достаточные знания программного материала, допускает несущественные неточности в ответах, в целом правильно применяет теоретические положения при анализе практических ситуаций; не достаточно аргументированно отвечает на поставленные вопросы;
- 50-66 баллов (зачет «удовлетворительно») выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако, нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; в процессе собеседования демонстрирует удовлетворительные знания и умения предусмотренные программой практики; допускает ошибки при ответах на поставленные вопросы.
- 0-49 баллов (незачет «неудовлетворительно») выставляется студенту, который не выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; содержание разделов отчета по практике не соответствует требуемой структуре, нарушена логическая последовательность

изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; не владеет знаниями и умениями, предусмотренными программой практики, с большими затруднениями формулирует ответы на поставленные вопросы.

3 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль по практике проводится в форме контроля на каждом этапе, указанном в таблице раздела 4 программы практики.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.