

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Дата подписания: 01.09.2025 21:55:59

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

Рабочая программа практики
Учебная практика (Ознакомительная практика)

Направление подготовки

38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы магистратуры

38.04.06.02 Маркетинг и коммуникации в цифровой экономике

Для набора 2025 года

Квалификация

Магистр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	108	108	108	108
Итого ауд.	2	2	2	2
Контактная работа	2	2	2	2
Сам. работа	106	106	106	106
Итого	108	108	108	108

Объем практики

Количество недель	2
Количество часов	108
Зачетных единиц	3

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Программу составил(и): д.э.н., проф., Бондаренко В.А.; к.э.н., доцент, Иванченко Олеся Валерьевна

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Н.В. Пржедецкая

Методический совет направления: д.э.н., профессор Н.В. Пржедецкая

Директор института магистратуры: д.э.н., профессор Е.А. Иванова

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП: Б2.О

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;

ПК-1. Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга

В результате прохождения практики обучающийся должен:**Знать:**

основные методы совершенствования общекультурного и интеллектуального уровня; основы научного исследования профессиональной деятельности; средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.1); способы закупок и продаж товаров, в том числе инновационные; основные инновационные технологии в маркетинговой деятельности организаций (соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

развивать собственный интеллектуальный уровень; самостоятельно овладевать новыми методами исследования; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.2); выбирать инновационные способы закупок и продаж товаров; разрабатывать предложения по внедрению инновационных технологий маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

Владеть:

навыками совершенствования интеллектуального и общекультурного уровня; изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-1.3); навыками обоснованных в существующей ситуации инновационных способов закупок и продаж товаров; оценки эффективности инновационных технологий, используемых в маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.3)

3. ПРАКТИКА**Вид практики:**

Учебная

Тип практики:

Ознакомительная практика

Форма практики:

Практика проводится в форме практической подготовки

Форма отчетности по практике:

Дневник о прохождении практики, дневник о прохождении практики

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**Раздел 1. Подготовительный этап**

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Вводная лекция. Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по прохождению практики, по составлению и оформлению отчета и дневника практики.	Лекционные занятия	2	2	ОПК-1 ПК-1

Раздел 2. Основной этап

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Выполнение индивидуального задания: сбор, обработка и систематизация фактического материала, изучение дополнительной информации об отрасли ; проведение необходимых расчетов с помощью LibreOffice.	Самостоятельная работа	2	80	ОПК-1 ПК-1

Раздел 3. Заключительный этап

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении практики; сдача отчета о практике на кафедру	Самостоятельная работа	2	26	ОПК-1 ПК-1
3.2	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	2	0	ОПК-1 ПК-1

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе практики.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**6.1. Учебные, научные и методические издания**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Лебедева О. А., Макарова Т. Н., Скворцова Н. А., Семенова Е. Е., Сотникова Е. А.	Маркетинг: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2015	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Данченко, Л. А., Иванова, А. Г., Ласковец, С. В., Невоструев, П. Ю.	Маркетинг: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2008	ЭБС «IPR SMART»
3		Менеджмент и Бизнес-Администрирование: журнал	Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2019	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Сухов, В. Д., Киселев, А. А., Сазонов, А. И.	Маркетинг: учебник	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022	ЭБС «IPR SMART»
5	Кашпаров, Д. В., Пурыжова, Л. В., Семенова, Л. В.	Исследование маркетинговых аспектов деятельности торговых организаций: монография	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022	ЭБС «IPR SMART»
6	Захарова, Ю. А.	Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022	ЭБС «IPR SMART»

6.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

База данных ФОМ <https://bd.fom.ru>

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://bd.wciom.ru/>

6.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
LibreOffice

6.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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 ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Отчет по учебной 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, 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. 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 учебной практике:

- 1) осуществляет сбор, хранение, обработку и анализ маркетинговой информации;
- 2) проводит анализ и оценку маркетинговой деятельности, товарных рынков, продвижения товаров от производителей до потребителей;
- 3) анализирует структуру и характеристику ассортимента товаров и услуг;
- 4) анализирует и оценивает маркетинговые процессы на предприятии;
- 5) исследует организацию маркетинговой и рекламной политики на предприятии;
- 6) оценивает эффективность маркетинговой деятельности на предприятии.

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;
- содержание;
- общая характеристика предприятия;
- организация системы маркетинга предприятия;
- специализация предприятия;
- организация маркетинговых процессов на предприятии;
- оценка маркетинговой и рекламной стратегии организации;
- оценка экономической эффективности маркетинговой и рекламной деятельности;
- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведенное выше в конкретном отчете того или иного обучающегося может корректироваться в соответствии со специализацией и отраслевой принадлежностью предприятия.

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

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1.1. Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОПК-1: Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;			
Знать основные методы совершенствования общекультурного и интеллектуального уровня; основы научного исследования профессиональной деятельности; средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности	собирает данные, необходимые для подготовки отчета	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете данных	Индивидуальное задание (задание 1-20)
Уметь развивать собственный интеллектуальный уровень; самостоятельно овладевать новыми методами исследования; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности	исследование маркетинговой информации при написании отчета	полнота проведенного исследования информации в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-20)
Владеть навыками совершенствования интеллектуального и	проведения анализа показателей при написании отчета	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность	Индивидуальное задание (задание 1-20)

общекультурного уровня; изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности		рекомендаций в отчете, соответствие отчета требованиям по содержанию	
ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга			
Знать способы закупок и продаж товаров, в том числе инновационные; основные инновационные технологии в маркетинговой деятельности организаций	проведение исследования профессиональной деятельности при написании отчета и ответе на вопрос	полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования	Индивидуальное задание (задание 1-20)
Уметь выбирать инновационные способы закупок и продаж товаров; разрабатывать предложения по внедрению инновационных технологий маркетинговой деятельности	применяет различные методы исследования при написании отчета	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием	Индивидуальное задание (задание 1-20)
Владеть навыками обоснованных в существующей ситуации инновационных способов закупок и продаж товаров; оценки эффективности инновационных технологий, используемых в маркетинговой	проведение анализа научно-производственного профиля профессиональной деятельности в отчете	грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций в отчете, соответствие отчета требованиям по содержанию	Индивидуальное задание (задание 1-20)

деятельности			
--------------	--	--	--

1.2. Шкалы оценивания:

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

84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично»)

67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо»)

50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Индивидуальное задание

1. Дайте характеристику организационной структуры управления предприятия.
2. Охарактеризуйте подразделения, осуществляющие маркетинговые функции на предприятии.
3. Опишите конкурентную позицию предприятия на рынке, дайте характеристику основных конкурентов.
4. Охарактеризуйте основных потребителей предприятия.
5. Опишите ценовую, товарную, коммуникационную политику предприятия.
6. Дайте характеристику организации закупочной деятельности на предприятии.
7. Опишите методы продажи товаров на предприятии.
8. Сформулируйте предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.
9. Проблемы организации деятельности предприятия на принципах маркетинга.
10. Составные части процесса управления маркетингом.
11. Современная концепция управления маркетингом промышленного предприятия.
12. Внутренняя среда функционирования фирмы как фактор влияния на организацию управления маркетингом.
13. Внешняя среда функционирования фирмы как фактор влияния на организацию управления маркетингом.
14. Организационные структуры управления маркетингом предприятия.
15. Специфика подбора кадров и управление персоналом в маркетинговой службе фирмы.
16. Стратегическое планирование в управлении маркетингом предприятия.
17. Анализ и оценка конкурентных возможностей фирмы.
18. Маркетинговый компонент повышения конкурентоспособности предприятия
19. Совершенствование маркетингового ценообразования
20. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «зачтено/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 (оценка «зачтено/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 (оценка «зачтено/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 (оценка «не зачтено/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 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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.