

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 04.04.2024 13:32:00  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«01» июня 2023г.

**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 2023 года

Квалификация  
магистр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	уп	рп		
Неделя				
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	324	324	324	324
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 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): д.э.н., проф., Бондаренко В.А.

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент Бондаренко В.А.

Методическим советом направления: д.э.н., проф., Писарева Е.В.

**1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ООП: Б2.В.01

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ****ПК-2:Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации****В результате прохождения практики 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-2.3)

**3. ПРАКТИКА****Вид практики:**

Производственная

**Форма практики:**

Дискретно по периодам проведения практик. Практика проводится в форме практической подготовки.

**Тип практики:**

Торгово-технологическая практика

**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
	<b>Раздел 1. Подготовительный этап</b>				
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	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
	<b>Раздел 2. Основной этап</b>				
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 LibreOffice. /Ср/	4	240	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1

<b>Раздел 3. Заключительный этап</b>					
3.1	Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении практики с использованием LibreOffice; сдача отчета о практике на кафедру. /Ср/	4	80	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
3.2	/ЗачётСОц/	4	0	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1

### 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 ПРАКТИКИ

#### 6.1. Учебная литература

##### 6.1.1. Основная литература

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

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Иган Д., Лалаян Е. Э.	Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114710">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114710</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Казанцев П. И.	Отдел маркетинга торговой сети – роль и задачи: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=141541">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=141541</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Помаз, И. В., Шингирей, С. А., Харкевич, А. М., Михарева, В. А.	Прикладной маркетинг: учебное пособие	Минск: Вышэйшая школа, 2007	<a href="http://www.iprbookshop.ru/21749.html">http://www.iprbookshop.ru/21749.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4		Менеджмент и Бизнес-Администрирование: журнал	Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=600685">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=600685</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 6.2 Ресурсы сети «Интернет»

Э1	База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <a href="https://wciom.ru/database/">https://wciom.ru/database/</a>
----	---

### 6.3. Информационные технологии:

#### 6.3.1. Перечень программного обеспечения

LibreOffice
-------------

#### 6.3.2. Перечень информационных справочных систем

ИСС «КонсультантПлюс»
-----------------------

ИСС «Гарант» <a href="http://www.internet.garant.ru/">http://www.internet.garant.ru/</a>
--

## 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 (торгово-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			
<p>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</p>	<p>собирает данные, необходимых для подготовки отчета;</p>	<p>полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования</p>	<p>Индивидуальное задание (задание 1-15)</p>
<p>Умения разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности; анализировать и моделировать бизнес-технологии маркетинговой деятельности; исследовать и прогнозировать</p>	<p>применяет методы обработки информации в отчете для приращения творческого потенциала в профессиональной деятельности</p>	<p>полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием</p>	<p>Индивидуальное задание (задание 1-15)</p>

<p>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</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</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.