

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.08.2024 11:32:26  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«03» июня 2024г.

**Рабочая программа  
Учебная практика (Ознакомительная практика)**

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

Для набора 2024 года

Квалификация  
магистр

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

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр на<br>курсе>) | <b>2 (1.2)</b> |     | Итого |     |
|---|----------------|-----|-------|-----|
|   | уП             | рП  |       |     |
| Неделя                                    |                |     |       |     |
| Вид занятий                               | уП             | рП  | уП    | рП  |
| Лекции                                    | 4              | 4   | 4     | 4   |
| В том числе в форме<br>практ.подготовки   | 108            | 108 | 108   | 108 |
| Итого ауд.                                | 4              | 4   | 4     | 4   |
| Контактная работа                         | 4              | 4   | 4     | 4   |
| Сам. работа                               | 104            | 104 | 104   | 104 |
| Итого                                     | 108            | 108 | 108   | 108 |

**Объем практики**

|        |     |
|--------|-----|
| Неделя | 2   |
| Часов  | 108 |
| ЗЕТ    | 3   |

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.03.2024 протокол № 13.

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

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

Методическим советом направления: д.э.н., доц., Евтодиева Т.Е.

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

Цикл (раздел) ООП: Б2.О.01

**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:**

|   |
|---|
| <b>Знать:</b>   |
| 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)                                      |
| <b>Уметь:</b>   |
| 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)     |
| <b>Владеть:</b>   |
| 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);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**

|  |
|--|
| <b>Вид практики:</b>   |
| Учебная  |
| <b>Форма практики:</b>   |
| Дискретно по периодам проведения практик. Практика проводится в форме практической подготовки. |
| <b>Тип практики:</b>   |
| ознакомительная практика   |
| <b>Форма отчетности по практике:</b>   |
| Дневник о прохождении практики, отчет о прохождении практики                                   |

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

| №   | Наименование темы / Вид занятия  | Семе<br>стр | Часов | Компетен-<br>ции | Литература                         |
|-----|--|-------------|-------|------------------|------------------------------------|
| 1.1 | Вводная лекция.<br>Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по прохождению практики, по составлению и оформлению отчета и дневника практики. / Лек / | 2           | 4     | ПК-1,ОПК- 1      | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3 |

**Раздел 2. Основной этап**

| №   | Наименование темы / Вид занятия  | Семе<br>стр | Часов | Компетен-<br>ции | Литература                         |
|-----|--|-------------|-------|------------------|------------------------------------|
| 2.1 | Выполнение индивидуального задания: сбор, обработка и систематизации фактического материала, изучение дополнительной информации об отрасли ; проведение необходимых расчетов с помощью LibreOffice. / Ср / | 2           | 80    | ПК-1,ОПК- 1      | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3 |

**Раздел 3. Заключительный этап**

| №   | Наименование темы / Вид занятия                      | Семе<br>стр | Часов | Компетен-<br>ции | Литература        |
|-----|--|-------------|-------|------------------|-------------------|
| 3.1 | Подготовка отчетной документации по итогам практики; | 2           | 24    | ПК-1,ОПК-        | Л1.1, Л1.2, Л1.3, |

|     |   |   |   |             |                                    |
|-----|---|---|---|-------------|------------------------------------|
|     | составление и оформление отчета о прохождении практики; сдача отчета о практике на кафедру / Ср / |   |   | 1           | Л2.1, Л2.2, Л2.3                   |
| 3.2 | / ЗачётСОц /  | 2 | 0 | ПК-1,ОПК- 1 | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3 |

### 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 | Лебедева О. А.,<br>Макарова Т. Н.,<br>Скворцова Н. А.,<br>Семенова Е. Е.,<br>Сотникова Е. А. | Маркетинг: учебное пособие  | Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2015 | <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=426545">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=426545</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л1.2 | Сухов, В. Д., Киселев, А. А., Сазонов, А. И.   | Маркетинг: учебник  | Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022       | <a href="https://www.iprbookshop.ru/119289.html">https://www.iprbookshop.ru/119289.html</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей                                   |
| Л1.3 | Кашпаров, Д. В.,<br>Пурыжова, Л. В.,<br>Семенова, Л. В.                                      | Исследование маркетинговых аспектов деятельности торговых организаций: монография | Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022       | <a href="https://www.iprbookshop.ru/122170.html">https://www.iprbookshop.ru/122170.html</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей                                   |

##### 6.1.2. Дополнительная литература

|      | Авторы, составители  | Заглавие   | Издательство, год   | Колич-во  |
|------|--|--|---|---|
| Л2.1 | Данченко, Л. А.,<br>Иванова, А. Г.,<br>Ласковец, С. В.,<br>Невоструев, П. Ю. | Маркетинг: учебное пособие   | Москва: Евразийский открытый институт, 2008                   | <a href="https://www.iprbookshop.ru/10765.html">https://www.iprbookshop.ru/10765.html</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей                                     |
| Л2.2 |  | Менеджмент и Бизнес-Администрирование: журнал                            | Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2019 | <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563369">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=563369</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.3 | Захарова, Ю. А.  | Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022                      | <a href="https://www.iprbookshop.ru/137773.html">https://www.iprbookshop.ru/137773.html</a><br>неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей                                   |

#### 6.2 Ресурсы сети «Интернет»

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

#### 6.3. Информационные технологии:

##### 6.3.1. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

##### 6.3.2. Перечень информационных справочных систем

ИСС «КонсультантПлюс»

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

### 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 учебно-научные подразделения Университета должны обеспечить рабочее место студента компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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 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 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

## Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

## 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           |   |  |  |
| Знания<br>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 1-10)  |
| Умения<br>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 1-10)  |
| Навыки<br>совершенствования интеллектуального и общекультурного уровня; изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности                      | проведения анализа показателей при написании отчета   | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций в отчете, соответствие отчета требованиям по содержанию                | Индивидуальное задание (задание 1-10)  |
| ПК-1:Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга  |   |  |  |
| Знания<br>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 11-20) |
| Умения<br>выбирать инновационные способы   | применяет различные методы  | полнота проведенного анализа данных в  | Индивидуальное задание                 |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| закупок и продаж товаров; разрабатывать предложения по внедрению инновационных технологий маркетинговой деятельности  | исследования при написании отчета  | отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием                                 | (задание 11-20)                        |
| Навыки обоснованных в существующей ситуации инновационных способов закупок и продаж товаров; оценки эффективности инновационных технологий, используемых в маркетинговой деятельности | 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 11-20) |

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. 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 (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.