

Частное образовательное учреждение
высшего образования

«Ростовский институт защиты предпринимателя»

Утверждаю

Рассмотрено

Ректор института

на Ученом совете

_____ А.А. Паршина

протокол № 34 от 27.06.2019г.

27.06.2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

(практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

код и наименование направления подготовки (специальности)	38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль)	Маркетинг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Ростов-на-Дону

2019г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г. N 1334.

Рабочая программа разработана для студентов 2019 года набора на 2019/2020 учебный год.

Автор(ы): к.э.н., доц. Левчук В.В.

Рекомендована кафедрой "Маркетинг, реклама и туризм" протокол № 10 от 24.05.2019 г. Заведующий кафедрой Крамаренко Р.Р.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2020 _____ годов набора на 2020-2021 _____ учебный год с учетом обновлений раздела(ов) 9 _____.

Ректор института А.А. Паршина

« ___ » _____ 20 ___ г.

1. Цели и задачи учебной практики:

Основными **целями учебной практики** являются:

- формирование первичных профессиональных умений и навыков по избранному направлению;
- формирование у студентов профессионального мышления и развитие потребности в самообразовании и самосовершенствовании профессиональных навыков и умений;
- первоначальная адаптация студентов к их будущей профессиональной деятельности;
- развитие у студентов умений исследовательской работы и формирование базовых профессиональных компетенций.

Среди более **частных целей** можно выделить следующие:

- закрепление и углубление теоретических знаний студентов по маркетингу, рекламной деятельности;
- изучение действующей организации и ведения маркетинговой деятельности в коммерческих организациях или в организациях государственного сектора;
- приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- сбор информации для написания бакалаврской работы.

Задачами учебной практики являются:

- ознакомление с учредительными документами организации и ее организационной структурой;
- изучение структуры маркетинговой службы, ее задачи и функциональных обязанностей сотрудников;
- ознакомление с планами маркетинговой деятельности;
- изучение законодательных, нормативных и методических материалов по организации маркетинговой, рекламной и логистической деятельности;
- повседневное участие в практической работе отдела маркетинга.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Процесс прохождения учебной практики направлен на формирование у студентов следующих общекультурных компетенций:

ОК-1 «обладать способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности»;

ОК-2 «обладать способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах»;

ОК-3 «обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия»;

ОК-4 «обладать способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия»;

ОК-5 «обладать способностью к самоорганизации и самообразованию»;

ОК-6 «обладать способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности»

ОК-9 «владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения»;

В результате прохождения учебной практики у выпускника должны быть сформированы следующие общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1 «обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности»;

ОПК-3 «обладать умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов»;

ОПК-4 «обладать способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);

обладать способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией»;

ОПК-5 «обладать готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления».

В процессе прохождения учебной практики у выпускника должны быть сформированы профессиональные компетенции:

ПК-1 «обладать способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству»;

ПК-2 «обладать способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери»;

ПК-3 «обладать готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка».

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Знать:

- главные этапы и закономерности исторического развития экономики страны, маркетинга как научной дисциплины;
- социальную значимость маркетинговой деятельности;
- методы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия
- социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия между членами команды;
- устные и письменные формы коммуникации на русском иностранных языках, используемые в межличностных взаимодействиях при осуществлении маркетинговой деятельности
- основы информационно-коммуникационных технологий, необходимых при осуществлении маркетинговой деятельности;
- основные требования информационной безопасности, которые необходимо соблюдать в процессе осуществления профессиональной деятельности;
- основные научные понятия; основы историко-культурного развития человека и человечества; основные закономерности взаимодействия человека и общества
- нормативные документы, регулирующие маркетинговую деятельность;
- методику работы с технической документацией в маркетинговой и рекламной деятельности;
- методику сбора, хранения, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой, рекламной деятельностью;
- основные методы и средства получения, хранения, переработки маркетинговой информации
- ассортимент товаров и услуг, предлагаемых потребителям;
- показатели качества товаров и услуг, основные дефекты качества товаров;
- правила проведения приёмки товаров по количеству и качеству;

- методы управления торгово-технологическими процессами на предприятии;
- правила организации хранения товаров, сырья и материалов;
- методику учёта и порядок списания потерь;
- потребности и спрос покупателей товаров;
- методы воздействия на спрос покупателей с помощью маркетинговых коммуникаций;
- методы изучения спроса потребителей;
- конъюнктуру товарного рынка, на котором действует предприятие

Уметь:

- анализировать закономерности развития и осуществления маркетинговой деятельности.
 - оценивать эффективность результатов маркетинговой деятельности предприятия;
 - применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;
 - осуществлять устные и письменные коммуникации на русском и иностранных языках в межличностном и межкультурном взаимодействии при осуществлении совместной деятельности;
 - работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
 - совершенствовать свою самоорганизацию
 - применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии;
 - решать стандартные задачи маркетинговой деятельности на основе информационной и библиографической культуры.
 - применять в процессе маркетинговой деятельности информационно-коммуникационные технологии;
 - соблюдать в процессе осуществления маркетинговой деятельности основные требования информационной безопасности;
 - давать рекомендации по соблюдению действующего законодательства РФ в области маркетинговой деятельности;
 - осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой, рекламной деятельностью;
 - применять основные методы и средства получения, хранения, переработки маркетинговой информации;
 - работать с компьютером как со средством управления маркетинговой информацией;
 - оформлять техническую документацию в маркетинговой и рекламной деятельности;
 - оценивать качество товаров и услуг;
 - определять дефекты товаров;
- организовать рациональное управление процессами на предприятии;

- проводить инвентаризацию товаров, готовой продукции, сырья и материалов;
- оформлять документацию по учёту и списыванию потерь товаров;
- организовать изучение покупательского спроса;
- осуществить анализ полученной маркетинговой информации;
- дать заключение о состоянии конъюнктуры рынка;

Владеть:

- методами анализа маркетинговой деятельности на различных её этапах;
- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;
- навыками решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, с использованием различных форм коммуникаций на русском и иностранных языках;
- навыками работы в команде, соблюдая толерантность;
- навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;
- владеть методами изучения истории;
- навыками решения стандартных задач организации маркетинговой деятельности с использованием информационной и библиографической культуры;
- навыками применения информационно-коммуникационных технологий в процессе маркетинговой деятельности;
- навыками работы с нормативными документами при осуществлении своей профессиональной деятельности;
- навыками оформления технической документации, проверки правильности её оформления;
- методами самообразования и самоорганизации в процессе осуществления маркетинговой деятельности.
- навыками использования общеправовых знаний на различных этапах маркетинговой деятельности;
- методами обобщения, анализа и восприятия маркетинговой информации;
- навыками применения информационно-коммуникационных технологий в процессе маркетинговой деятельности;
- навыками работы с нормативными документами при осуществлении своей профессиональной деятельности
- работать с компьютером как со средством управления маркетинговой информацией
- навыками оформления технической документации, проверки правильности её оформления.
- методами контроля качества товаров;
- способами учёта товаров по количеству и качеству

- .- методами управления торгово-технологическими процессами на предприятии;
- методикой проведения инвентаризации на предприятии;
- навыками сокращения затрат материальных и трудовых ресурсов;
- методами управления торгово-технологическими процессами на предприятии;
- методами изучения покупательского спроса;
- методами воздействия на покупательский спрос посредством маркетинговых коммуникаций.

3. Место учебной практики в структуре основной образовательной программы.

Учебная практика относится к вариативной части учебного плана ООП ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

Учебная практика позволит обучающимся расширить и углубить знания, умения и навыки, определенные содержанием базовых и вариативных дисциплин учебного плана ООП ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг»

Так как одной из задач практики является помощь студентам в закреплении и расширении первичных профессиональных умений и навыков в области маркетинга, рекламной деятельности, то данную практику целесообразно проводить после освоения положений как фундаментальных (базовых) экономических наук, так и дисциплин, охватывающих различные аспекты деятельности предприятия (коммерческая деятельность, логистика, менеджмент, управление маркетингом и т. п.), что и предусмотрено учебным планом. Для успешного прохождения практики наиболее значимыми являются знания, умения и навыки, полученные студентами после изучения дисциплин.

Для полноценного прохождения учебной практики и выполнения отчета по ней, студент должен владеть основами математического анализа, знать об информационных технологиях в экономике, обладать знаниями в области социально-экономической статистики. Наряду с этим, учитывая, что хозяйствующий субъект функционирует в определенной предпринимательской среде, которая оказывает воздействие на всю его деятельность, необходимо также использовать знания, полученные в области гуманитарных и социальных наук (история, психология, социология, философия и т. д.).

4. Объем учебной практики в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость учебной практики: 108 час или 3 зачётной единицы Продолжительность практики – две недели (12 дней).

Основной единицей трудоемкости является з.е., равный 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения.

	<i>Очная форма</i>	<i>Заочная форма</i>
	<i>4 года</i>	<i>5 лет</i>
<i>Общий объем час по учебному плану</i>	108	108
Ознакомление с местом прохождения практики, изучение основных направлений деятельности подразделений	18	18
Сбор материала для подготовки отчета по теме индивидуального задания	40	40
Анализ статистических материалов, полученных по итогам учебной практики и подготовка отчета	20	20
<i>Самостоятельная работа, час.</i>	10	10
Подготовка отчета по результатам по результатам прохождения учебной практики	10	10
Подготовка доклада и презентации к защите	10	10
Зачет	+	+

5. Содержание учебной практики

5.1 Общие положения

Практика студентов института является обязательной составной частью учебного процесса.

Планирование, организация и проведение всех видов практики должны предусматривать:

- связь практического обучения с теоретическим;
- последовательное расширение круга формируемых у студентов знаний, умений и навыков и их усложнение по мере перехода от одного вида практики к другому;
- возможность сбора информации, необходимой для выполнения, курсовых и бакалаврских работ;
- подготовку студентов к самостоятельному выполнению должностных обязанностей специалиста в области бухгалтерского учета, анализа и аудита.

Объёмы и сроки проведения практики определяются ФГОС ВО, учебными планами по направлению подготовки по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг» квалификация (степень) выпускника «Бакалавр». Учебной практикой завершается обучение студентов на втором очной и третьем курсе заочной формы обучения. Продолжительность учебной практики 2 недели. Продолжительность рабочего дня при прохождении практики составляет: для студентов в возрасте до 18 лет - не более 36 часов в неделю, в возрасте от 18 лет и старше - не более 40 часов в неделю.

Способы проведения практики:

- стационарная;

- выездная.

Учебная практика проводится путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Привлекать студентов к работам, не предусмотренным программой практики, а также заканчивать практику ранее установленного срока не допускается.

Студенты, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время. Студенты, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие за нее неудовлетворительную оценку, не переводятся на следующий курс как имеющие задолженность и могут быть отчислены из института в порядке, предусмотренном Уставом ЧОУ ВО «Ростовский институт защиты предпринимателя».

5.2. Общее руководство учебной практикой

Выход студентов на практику осуществляется по приказу ЧОУ ВО «Ростовский институт защиты предпринимателя» в сроки, установленные учебным планом. Для учебно-методического руководства и контроля за прохождением практики, назначаются руководители практики от института и от предприятия по месту прохождения практики.

Содержание всех видов практики определяется соответствующими программами, а форма итогового контроля результатов ее прохождения - учебными планами ООП ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг».

Последовательность прохождения практики определяется программой практики от предприятия и института. Учитывая, что в учебной работе ВУЗов применяется шестидневная рабочая неделя, шестой день (суббота) является днем консультаций в институте.

Руководство практикой осуществляют преподаватель кафедры «Маркетинг» (далее: руководитель практики от института) и специалист соответствующего подразделения по месту прохождения практики (далее: руководитель практики от предприятия). Допуск студентов на места практики и назначение руководителя практики от предприятия производится по приказу соответствующего предприятия.

Руководитель практики от предприятия обязан:

- составить календарно-тематический план прохождения практики студента. В этом плане определяются каждому студенту последовательность изучения темы программы практики, продолжительность, объем и характер работы по каждому участку работы;

- обеспечить студента рабочим местом в отделе маркетинга и квалифицированным руководителем для выполнения программы практики. Дать необходимые разъяснения практикантам и требовать от них своевременного, доброкачественного выполнения работы, предусмотренной планом;

– зачислить всех студентов-практикантов на табельный учет, установленный на предприятии, следить за ходом выполнения программы практики. Консультировать по вопросам, связанным с подбором материалов для составления отчета по учебной практике.

– проверить отчет о практике студента и подписать его. Дать развернутую, объективную характеристику о работе студента в период практики. В этой характеристике необходимо оценить практику студента по пятибалльной системе.

Руководитель практики от института обязан:

– консультировать студентов по вопросам практики, по ведению дневников, подбору и обработке материалов к отчету.;

– проверить качество работы, выполненной студентами на каждом этапе. Консультации проводятся в установленные кафедрами дни;

– результаты проверки фиксировать в журнале учета прохождения практики. Обеспечить проверку отчета о практике в течение 10 дней с момента представления отчета и сделать в дневнике заключение о допуске отчета к защите или направить его на доработку.

Часть студентов может вместо учебной практики на предприятии пройти практику в институте на базе программного учебного модуля.

Обязанности студента-практиканта

Работа каждого студента-практиканта проводится по установленному для него индивидуальному календарно-тематическому плану. В этом плане должны быть указаны: вид работы, рабочее место и количество дней, отведенных для выполнения предусмотренных работ.

Студент обязан:

– явиться на место практики в срок, установленный для начала прохождения практики;

– выполнять правила внутреннего распорядка, действующего на предприятии и требования трудового законодательства наравне со всеми работниками;

– выполнить работу по утвержденному календарному плану в соответствии с требованиями программы практики и указаниями руководителя практики от предприятия;

– пользоваться консультацией руководителя практики от института и руководителя бакалаврской работы;

– вести ежедневные записи в дневнике с указанием вида и срока проделанной работы и представить его руководителю практики от предприятия для подписи;

– по окончании практики представить на кафедру:

1) дневник прохождения практики и отзыв от предприятия о выполнении программы учебной практики, заверенную печатью и подписями руководителя предприятия и руководителя практики;

2) отчет о прохождении практики с приложением первичных документов по каждой теме программы.

5.3. Порядок проведения учебной практики

Структура и содержание программы учебной практики

№ п/п	Наименование этапа	Количество календарных дней
1	Подготовительный этап. Включает инструктаж по технике безопасности, правилам внутреннего распорядка организации и правилам охраны труда. Ознакомление со структурой организации, учредительными документами. Подготовка плана практики и обсуждение с руководителем порядка его реализации.	2
2	Основной этап. Общая часть. Сбор финансово-экономической информации. Анализ структуры маркетинговой службы организации. Характеристика маркетинговой деятельности предприятия. Анализ внешней среды предприятия. Изучение распределительной политики предприятия. Ознакомление с политикой ценообразования на предприятии. Ознакомление со средствами рекламы используемыми предприятием.	5
3	Основной этап. Индивидуальное задание.	3
4	Заключительный этап. Обработка и анализ материалов по результатам практики. Подготовка отчетной документации по практике. Составление и подготовка к защите отчета по практике	2
Итого:		12

Перед прохождением учебной практики декан экономического факультета совместно с руководителями практики от Института проводят со студентами инструктивно-методическое занятие, на котором разъясняются положения программы практики, доводятся требования по ее организации и указания по выполнению индивидуальных заданий, ведению дневника и подготовке отчетов по практике, а также порядок их защиты.

Перед началом практики каждому студенту выдаются следующие документы:

- программа практики;
- дневник практики;
- индивидуальное задание.

Объем отчета учебной практике может составлять от 25 до 30 страниц машинописного текста в зависимости от степени раскрытия выбранной темы. Письменное оформление отчета по практике осуществляется в том же порядке, что и курсовая работа за исключением текста титульной страницы (см. приложение).

Студент начинает практику с изучения учредительных документов предприятия, в ходе которого следует установить его организационно-правовую форму, выявить наличие дочерних и зависимых организаций. Необходимо охарактеризовать виды деятельности предприятия и выделить из них основные, оказывающие наибольшее влияние на результаты хозяйствования.

Далее необходимо рассмотреть организационную структуру управления предприятия, выяснить количество и численный состав

структурных подразделений, в том числе и маркетинговой службы (можно представить схематичное изображение).

5.4. Отчетность о прохождении практики и итоговый контроль

Дневник практики является основным документом, отражающим краткое содержание ежедневной работы практиканта

Дневник должен включать два раздела. В первом разделе излагается план работы студента по выполнению программы практики.

В плане отражаются последовательность выполнения программы практики.

Отчет составляется в период прохождения практики. Он должен быть построен в соответствии с разделами настоящей программы. В отчете должны быть даны предложения по улучшению работы коммерческого предприятия. Содержание каждого изучаемого вопроса и выполняемой функции излагается в форме тезисов (сжатое изложение основных положений), которые формулируются в утвердительной форме и излагаются в строгой логической последовательности.

В соответствии со спецификой деятельности предприятия (фирмы) студент согласовывает перечень разделов, отражаемых в отчете с руководителем практики от института.

К отчету прилагаются все документы, заполненные студентами в период прохождения практики. Отчет должен быть грамотно изложен, четко и аккуратно оформлен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к студенческим работам. Отчет брошюруется в папку, лицевая сторона которой является титульным листом отчета (см. приложение).

Полностью оформленный отчет с отзывом руководителя практики от предприятия представляется руководителю практики от института для проверки и защиты в 3-х-дневный срок после окончания практики. Вместе с отчетом студент должен представить заполненный дневник практики, скрепленный печатью предприятия и заверенный подписью руководителя практикой от предприятия.

На основании полученного отчета руководитель практики от института принимает решение о допуске студента к защите отчета. Отметка о допуске студента к защите указывается на отчете, который вместе с рецензией руководителя практики от института передается студенту для защиты. При отсутствии отчета с соответствующими рецензиями студент не допускается к защите.

Защищенный отчет с указанием даты защиты передается руководителем практики от института руководителю студенческой практики. Отметки о защите отчета по практике проставляются руководителем практики от института в зачетной книжке и экзаменационной ведомости.

Отзыв руководителя практики от предприятия представляет собой составленную на бланке (приложение) характеристику на студента-практиканта, в которой отражаются:

- полнота и качество выполнения студентом программы;
- знание нормативных, правовых и других документов, умение пользоваться ими в работе;
- умение пользоваться соответствующим программным обеспечением;
- умение работать со служебными документами;
- степень подготовленности к выполнению должностных обязанностей;
- организаторские способности, дисциплинированность и исполнительность;
- рекомендации по использованию студента после окончания института (по итогам преддипломной практики);
- предложения по оценке за практику.

Отзыв подписывается руководителем практики от предприятия и заверяется печатью.

Отчет руководителя практики от института

В отчете руководителя практики должны отражаться:

- вид практики, место и сроки ее проведения;
 - подразделения и должности, на которые были назначены студенты (дублерами);
 - степень выполнения программы практики, примеры наиболее качественного и добросовестного ее выполнения студентами;
 - какие знания, умения и навыки приобрели студенты;
 - как студенты могут применять на практике теоретические знания, полученные в институте;
 - степень достаточности студентам знаний и умений при выполнении служебных обязанностей;
 - какие вопросы программы и заданий оказались невыполненными и причины невыполнения;
 - положительное и недостатки в организации и проведении практики со стороны института и со стороны предприятий. Принятые меры на местах по устранению недостатков;
 - характеристика деловых качеств студентов. Ответственность за порученное дело, самостоятельность, инициативность, организаторские способности, дисциплинированность (факты грубого нарушения дисциплины, фамилии нарушителей, принятые меры), фамилии студентов, достойных поощрения;
 - общие итоги практики;
 - предложения по совершенствованию организации практики.
- Отчет подписывается руководителем практики от института.

Итоговый контроль знаний

По итогам прохождения учебной практики предусмотрена форма промежуточного контроля – **зачет**. Он предусматривает защиту подготовленного студентом отчета о прохождении учебной практики и собеседование по примерным вопросам к итоговому контролю.

На защиту представляются отчет о прохождении практики, дневник практики и отзыв о работе студента.

Во время защиты студент докладывает о результатах выполнения программы, а также заданий и указаний, полученных от руководителя в ходе практики, и отвечает на поставленные вопросы. Решение по результатам прохождения практики принимается с учетом полноты и качества выполнения программы практики, а также с учетом отзыва о работе студента.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по прохождению учебной практики

1. «Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования», утвержденного приказом ЧОУ ВО «Ростовский институт защиты предпринимателя».

2. Методические рекомендации студенту-заочнику экономического факультета. Направление подготовки «Экономика»// <http://www.rizp.ru/metodichkivo.html>.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по прохождению учебной практике(Приложение №1)

8. Перечень индивидуальных заданий

Перечень примерных индивидуальных заданий для изучения при прохождении учебной практики

При выполнении индивидуального задания студент должен отразить вопросы указанные ниже в каждой теме индивидуального задания.

Тема 1. Организация маркетинга на предприятии

Студент должен познакомиться с предприятием, историей его развития, общим режимом работы, структурой управления и организационным построением. Инструктаж по технике безопасности.

Отразить цели и задачи предприятия. Изучить функции и связи маркетингового отдела с другими подразделениями предприятия. Ознакомиться с организационной структурой предприятия. Описать штат специалистов по маркетингу на предприятии и их должностных обязанностей. Ознакомиться с учредительными документами предприятия.

Тема 2. Анализ внешней среды организации

Ознакомление с факторами внешней среды маркетинга, их анализ. .Определение сегментов потребителей, для которых предназначены товары (услуги) организации.

Определение перечня важнейших поставщиков организации. Ознакомление с договорной работой организации с поставщиками. Установление других субъектов, на которых направлена деятельность службы маркетинга организации.

Тема3.Анализ конкурентной среды.

Установление фирм, товаров и услуг, являющихся конкурентными организациями. Разработка предложений по повышению эффективности, применяемых методов обеспечения конкурентоспособности организации.

Тема4.Ценовая политика на предприятии.

Цели предприятия в политике ценообразования. Работа с документами, устанавливающими цены на товары (услуги)организации. Разработка предложений по улучшению ценовой политики организации.

Тема5.Распределительная политика на предприятии. Установление каналов распределения организации. Выявление перечня посредников, с которыми работает организация. Установление видов сбыта товаров, применяемых в организации.

Тема6.Анализ структуры ассортимента

Ознакомление с ассортиментом товаров, производимых и/или реализуемых предприятиями. Проанализируйте показатели ассортимента: полноту, широту, новизну, устойчивость ассортимента. Установление характера спроса на производимые и/или реализуемые товары.

Дать предложения по совершенствованию структуры ассортимента.

Тема7.Анализ информационной политики

Ознакомление со средствами информации для потребителей о товарах и услугах организации. Изучение средств рекламы в организации. Разработка предложений по повышению эффективности информационной политики организации.

Тема8.Определение этапов жизненного цикла товаров (услуг)

Определение этапов жизненного цикла товаров (услуг) организации на примере 2-х видов.

Индивидуальные задания выполняются студентами на примере деятельности предприятия (базы практики) и прилагаются к отчёту по практике.

Перечень индивидуальных заданий может быть дополнен и индивидуализирован в соответствии местом прохождения практики и согласован с руководителем практики от института.

Индивидуальные задания выполняются студентами на примере деятельности предприятия (базы практики) и прилагаются к отчёту по практике.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимых для освоения учебной практики

- 1.Гражданский Кодекс (часть первая) от 30.11.1994 г. №51-ФЗ (в последней редакции) //СПС Консультант Плюс//
- 2.Гражданский Кодекс (часть вторая) от 26.01.1996 г. №14-ФЗ (в последней редакции) //СПС Консультант Плюс//
- 3.Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях 25.04.2002 №41-ФЗ(ред. 03.11.2015 №154-ФЗ)// СПС Консультант Плюс //

4. Федеральный закон РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. 10.01.2017 г.) // СПС Консультант Плюс //
5. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (1.09.2013) «О средствах массовой информации» (с изменениями на 30 декабря 2015 года) // СПС Консультант Плюс //
6. Федеральный закон 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. 01.10.2015 г. № 50-ФЗ) // СПС Консультант Плюс //
7. Федеральный Закон РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (с изменениями на 13 июля 2015 года) // СПС Консультант Плюс //
8. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ // СПС Консультант Плюс //
9. ГОСТ Р 52044—2003. «Наружная реклама на дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (в действующей редакции) // СПС Консультант Плюс //
10. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7.02.1992 (ред. 13.07.2015 N 233-ФЗ) // СПС Консультант Плюс //
11. «Об основных направлениях стратегического плана социально-экономического развития города Ростова-на-Дону на период до 2025 года» Решение Ростовской-на-Дону Государственной Думы от 20.10.2009 г. № 625 // Официальный портал городской Думы и Администрации города Ростова-на-Дону <http://www.rostov-gorod.ru/>

Основная литература:

1. Салько, М. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности : учебник : [16+] / М. Г. Салько, О. Г. Якунина ; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2019. – 167 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611364> **
2. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник : [16+] / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. – 2-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 400 с. **
3. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под ред. Л. П. Дашкова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 286 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495661> **
4. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> **
5. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> **

2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211> **
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> **
7. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 333 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337> **
8. Основы розничной торговли : учебное пособие : [16+] / сост. Е. В. Байматова, В. Г. Шадрин, Е. Ю. Лобач ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2018. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600236> **
9. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216> **

Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии : [16+] / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко и др. ; ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 224 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496006> **
2. Асфондьярова, И. В. Теоретические основы товароведения и экспертизы потребительских товаров : учебное пособие / И. В. Асфондьярова, К. В. Илларионова. – Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2019. – 150 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494642> **
3. Виноградова, Т. Г. Управление маркетингом : учебное пособие / Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494537> **
4. Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991> **
5. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 15-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 538 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142>

6. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной практики

1. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - www.raso.ru
2. Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) - www.akos-icco.ru
3. Международная ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - www.ipranet.org
4. Международная организация компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO) - www.iccopr.com
5. Международная ассоциация бизнес-коммуникаций (IABC) - www.iabc.org.ru
6. Государственная система правовой информации. Официальный интернет-портал правовой информации - <http://pravo.gov.ru>.
7. Официальный портал правовой информации Ростовской области - <http://pravo.donland.ru>.
8. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Интегральный каталог образовательных Интернет-ресурсов, электронная учебно-методическая библиотека для общего и профессионального образования, ресурсы системы федеральных образовательных порталов - <http://window.edu.ru/window>.
9. Официальный портал Президента России – <http://kremlin.ru/regions>
10. Официальный сайт Государственной Думы – <http://www.duma.gov.ru>
11. Официальный сайт Комитета Государственной Думы по безопасности и противодействию коррупции – <http://www.komitet2-16.km.duma.gov.ru>.
12. Российская Государственная библиотека – <http://www.rsl.ru>
13. Информационно-правовой портал «Гарант» – <http://www.garant.ru>
14. Интернет-версия справочной правовой системы «КонсультантПлюс» – <http://www.consultant.ru/online>
15. Официальный сайт Российской газеты – <http://www.rg.ru>
16. Официальный портал Правительства Ростовской области – <http://www.donland.ru>
17. Официальный портал городской Думы и Администрации г. Ростова-на-Дону – <http://www.rostov-gorod.ru>

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса в ходе прохождения учебной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) лицензионное программное обеспечение:

Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGate, программа для тестирования студентов MyTestx.1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8, 1 с: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.

**профессиональные базы данных и
информационные справочные системы:**

1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.
2. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».

**12. Описание материально-технической базы, необходимой
прохождения учебной практики**

Для материально-технического обеспечения учебной практики используются:

- 1). Компьютерный класс: проектор, видео и DVD, выход в Интернет, СПС «Гарант» СПС «КонсультантПлюс.
- 2). Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет.