

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

## ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

*«Б.2.В.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»*

Вид учебная практика  
*учебная, производственная*

Тип практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Способ проведения стационарная, выездная  
*стационарная практика, выездная практика*

Форма дискретная по видам практик  
*непрерывная, дискретная*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2016

1389439

Программа практики рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

протокол № 9 от "25" 02 2016г.

Заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

Исполнители:

Зав. кафедрой, доцент

должность

подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

доцент

должность

подпись

Н.В. Лужнова

расшифровка подписи

доцент

должность

подпись

И.Б. Береговая

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

код наименование

личная подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Н.В. Лужнова

расшифровка подписи

№ регистрации 35133

© Калиева О.М.,  
Лужнова Н.В.,  
Береговая И.Б., 2016  
© ОГУ, 2016

## 1 Цели и задачи освоения практики

**Цель (цели)** практики: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин, приобретение практических навыков и умений в области торговой деятельности, получение студентами общего представления о профессиональной деятельности.

### Задачи:

- создание условий для осознанного выбора студентами младших курсов направления дальнейшего профиля своего вузовского обучения;
- получение объективного и полного представления о направлении, сфере будущей профессиональной деятельности;
- ознакомление с одним из базовых предприятий, характером деятельности, ассортиментом, перспективами развития, организационно-управленческой структурой, особенностями торгово-технологического процесса.

## 2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 2 «Практики»

Пререквизиты практики: *Отсутствуют*

Постреквизиты практики: *Б.2.В.П.4 Преддипломная практика*

## 3 Требования к результатам обучения по практике

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p><b>Знать:</b> основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы определения; модели поведения экономических агентов на отдельных рынках.</p> <p><b>Уметь:</b> применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели, анализировать и строить прогнозы.</p> <p><b>Владеть:</b> методами расчета и анализа экономических показателей, разработки управленческих решений на основании их результатов.</p>	ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
<p><b>Знать:</b> нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность организации; виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу; основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> работать с нормативными документами, работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); осуществлять документационное и информационное обеспечение коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; навыками проверки правильности оформления документации</p>	ОПК-5 готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
<p><b>Знать:</b> сущность маркетинговой, коммерческой и рекламной деятельности предприятия.</p> <p><b>Уметь:</b> применять методы оценки коммерческой, маркетинговой, логи-</p>	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>стической, товароведной и рекламной деятельности; выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать конъюнктуру рынка.</p> <p><b>Владеть:</b> методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.</p>	<p>потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>
<p><b>Знать:</b> методы поиска, сбора и обработки информации с целью разработки концепции нового товара;</p> <p><b>Уметь:</b> обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; собирать, анализировать и обрабатывать необходимые данные и представлять их в требуемой для информационного обзора / аналитического отчета форме; готовить аналитические материалы для определения направлений разработки проектов нового товара; планировать и проводить исследования для решения задач профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеть:</b> навыками извлечения необходимой информации из текста; навыками целостного подхода к анализу проблем курса; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы; опытом проведения маркетинговых исследований</p>	<p>ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p>
<p><b>Знать:</b> структурные составляющие торгово-технологического процесса и принципы рационального его построения; договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль исполнения.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников; проводить технологические расчеты; рассчитывать и подбирать технологическое оборудование; проводить расчет площадей складских помещений, торговых залов для потребителей.</p> <p><b>Владеть:</b> методикой расчета эффективности выбора формы товародвижения; методикой анализа результатов расчетов организации оптовой и розничной продажи.</p>	<p>ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>

## 4 Трудоемкость и содержание практики

### 4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Практика проводится в 4 семестре.

Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

### 4.2 Содержание практики

**Этап 1. Организационно-ознакомительный этап.** Изучение целей и задач учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности. Выбор торгового предприятия-базы практики и изучение общей информации о его деятельности. Оформление документов для прохождения учебной практики. Получение задания на прохождение учебной практики от руководителя практики.

Инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности на предприятии - объекте учебной практики.

**Этап 2. Основной - исследовательский - этап.** Получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности. Изучение нормативных основ технологии торговли; литературная и практическая проработка задания по учебной практики; развитие навыков использования сети Internet для проведения информационного поиска; выявление особенностей коммерческой деятельности, присущих предприятию.

Выполнение общей и индивидуальной части задания на прохождении учебной практики. Содержание общей части задания:

- вариант 1: изучение истории возникновения и направления развития торгового предприятия; изучение конъюнктуры рынка, на котором действует предприятие; изучение спроса потребителей на товары, реализуемые предприятием; анализ ассортимента товаров, реализуемых торговым предприятием; определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке; изучение документов, регламентирующих деятельность торгового предприятия и его работников; анализ структуры управления торговым предприятием; характеристика подразделения (отдела) торгового предприятия, его функций; изучение должностных инструкций персонала подразделения;

- вариант 2: изучение истории возникновения торгового предприятия; анализ ассортимента товаров, реализуемых торговым предприятием; определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке; ; определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке; изучение документов, регламентирующих деятельность торгового предприятия и его работников; анализ структуры управления торговым предприятием; характеристика подразделения (отдела) торгового предприятия, его функций; изучение должностных инструкций персонала подразделения;

- вариант 3: общая характеристика деятельности предприятия (организационно-управленческая характеристика, экономическая характеристика предприятия, маркетинговый анализ (маркетинговая оценка) деятельности предприятия);

- вариант 4: изучение истории возникновения торгового предприятия; изучение спроса потребителей на товары, реализуемые предприятием; анализ ассортимента товаров, реализуемых торговым предприятием; определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке;

- вариант 5: изучение конъюнктуры рынка, на котором действует предприятие; изучение спроса потребителей на товары, реализуемые предприятием; определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке; изучение документов, регламентирующих деятельность торгового предприятия и его работников; анализ структуры управления торговым предприятием; характеристика подразделения (отдела) торгового предприятия, его функций.

Содержание индивидуальной части задания - разработка комплекса мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия (организации) по конкретному направлению.

**Этап 3. Этап систематизации, формализации, обработки и анализа полученной информации.** Систематизация всей собранной и проанализированной информации о деятельности торгового предприятия - объекта исследования. Написание отчёта, состоящего из следующих элементов: титульного листа, задания, содержания, введения, основной части (из 2 или 3 глав), заключения и приложений (при наличии).

**Этап 4. Этап защиты отчета по учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.** Структурирование информации и результатов ее анализа; составление и оформление отчета по практике; обсуждение полученных результатов совместно с руководителем практики; подготовка к защите и защита отчета на основе подготовленной мультимедийной презентации и отчета в печатном виде.

## **5 Формы отчетной документации по итогам практики**

Составление и защита отчета, собеседование по итогам практики.

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### 6.1 Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

#### Учебная литература

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
2. Волгин, В.В. Склад: логистика, управление, анализ [Электронный ресурс]/ В.В. Волгин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 724 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01944-9. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426462>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
3. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник[Электронный ресурс] / А.Г. Голова. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253811>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
4. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник [Электронный ресурс]/ Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 400 с. : табл., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02531-0. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375809>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
5. Кент, Т. Розничная торговля : учебник [Электронный ресурс] / Т. Кент, О. Омар. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 719 с. -. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117685> - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
6. Керимов, В.Э. Бухгалтерский учет : учебник [Электронный ресурс]/ В.Э. Керимов. - 6-е изд., изм. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 583 с. : табл., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02312-5. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=390772>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
7. Мазанкова, Т.В. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии отрасли (торговли): курс лекций : учебное пособие [Электронный ресурс]/ Т.В. Мазанкова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 214 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 205-208. - ISBN 978-5-4475-3630-5. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271777>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.

#### Интернет-ресурсы

1. <http://base.garant.ru> – информационно-правовой портал «Гарант» ориентирован на оказание комплексной профессиональной правовой поддержки с помощью современных информационных технологий. "Гарант" – основоположник сферы информационно-правовых услуг, на протяжении многих лет работы занимающий в ней лидирующие позиции. "Гарант" постоянно расширяет спектр правовой помощи, предоставляя комплексное высокотехнологичное информационно-правовое обеспечение.
2. <http://www.consultant.ru> -КонсультантПлюс — компьютерная справочно-правовая система в России, разрабатывается компанией «КонсультантПлюс» и содержит свыше 82,5 миллионов документов по состоянию на декабрь 2015 г. Широко используется юристами, бухгалтерами, кадровыми специалистами, руководителями организаций, специалистами госорганов, учеными, студентами и преподавателями юридических и экономических вузов.

3. <http://www.ural56.ru> - «Урал56.Ру» - проект медиахолдинга Урал-ТВ. Это независимый информационный портал с лентой новостей Оренбурга, Орска и Оренбургской области и различными тематическими разделами. Портал информирует о событиях Оренбурга, Орска и всей Оренбургской области, а также России и мира. На портале действуют различные сервисы и разделы. В разделе «Объявления» можно быстро продать или купить любой товар или услугу.

4. <http://tenderhunter.ru> - TenderHunter.ru – уникальный сервис по подбору тендеров. Алгоритмы поиска позволяют находить тендеры по параметрам с максимальной точностью. Цель портала – предоставить самый удобный сервис для участия в тендерах. Специалисты компании оказывают консультации каждому клиенту, заинтересованному в наших услугах. На портале собраны актуальные тендеры с 6138 площадок в одном месте, чтобы поиск информации о тендерах был удобнее и быстрее.

5. <http://www.restko.ru> - информационно-аналитический портал Restko.ru - один из наиболее крупных профильных интернет-порталов, в области строительства, недвижимости, услуг, связанных с данными сферами деятельности. Значительная составляющая часть посетителей и читателей - это потенциальные оптовые и розничные потребители услуг и продукции, предоставляемых данными компаниями. На страницах данного ресурса есть возможность получить самую оперативную новостную информацию, быть в курсе самых последних маркетинговых исследований и бизнес планов, найти инвестора или инвестиционный проект, заранее получать сведения о тематических мероприятиях, выставках, семинарах, обсудить вопросы на форуме, найти поставщика необходимой строительной продукции или услуги, найти тематические статьи или обзоры рынка и т.д.

6. <http://www.marketing.spb.ru/> - Интернет-портал «Энциклопедия маркетинга» - это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров. Материалы, представленные на портале повышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков. Среди материалов сайта в свободном доступе: образовательные статьи, монографии, фрагменты и полные тексты книг, учебники, избранные публикации ведущих журналов, курсы лекций, практические примеры работы реальных предприятий, руководства, ссылки на другие источники информации;

7. <http://www.4p.ru> - электронное издание «Маркетинг журнал 4p.ru.» - создан как место встречи маркетологов в сети, где специалисты маркетинговых специальностей могут общаться, обмениваться мнениями, делиться опытом;

8. <http://grebennikon.ru/about.php> - Электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» в числе которых «Маркетинг и маркетинговые исследования». На данный момент в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий.

### **Открытые онлайн-курсы**

1 «Маркетинг – быстрый старт» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчик курса : НИУ «Высшая школа экономики», режим доступа: <https://universarium.org/course/724>.

2 «Маркетинг: особенности продвижения «культурного» продукта» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://www.lektorium.tv/mooc> - «Лекториум», MOOK / Разработчик курса : МГУУ Правительства Москвы, режим доступа: <https://www.lektorium.tv/node/32511>

3 «Маркетинг» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / Разработчик курса : НИУ «Высшая школа экономики», режим доступа: <https://openedu.ru/course/hse/MARK/>.

4 «Основы бизнеса». [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / Разработчик курса : Санкт-Петербургский государственный университет, режим доступа: <https://openedu.ru/course/spbu/BUSART/>.

5 «Основы проектного управления» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчик курса :Зубрицкий А.А., Московское отделение PMI, режим доступа: <https://universarium.org/course/731>.

6 «Организация, технология и проектирование предприятий торговли» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», режим доступа: <https://openedu.ru/course/spbstu/TRADORG/#>.

7 «Основы эффективного делового общения». [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / Разработчик курса : Санкт-Петербургский государственный университет, режим доступа: [https://openedu.ru/course/spbu/DEL\\_OBS/](https://openedu.ru/course/spbu/DEL_OBS/).

8 «Победитель кризисов в бизнесе» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчик курса : МГУ, Консалтинговая компания "Русский дом кризисного управления", режим доступа: <https://universarium.org/course/720>.

9 «Российские потребители: как мы потребляем?» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчик курса : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова", режим доступа: <https://universarium.org/course/729>

10 «Стратегии роста: всегда ли нужен рост?» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчик курса : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, режим доступа <https://universarium.org/course/723>.

11 «Экономика» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование»/ Разработчик курса : НИУ «Высшая школа экономики», режим доступа: <https://openedu.ru/course/hse/ECONOM/>.

12 «Эффективное целеполагание и программно-целевое управление в государственном секторе» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://universarium.org> – «Универсариум» / Разработчики курса : ООО "БдоЮникон Консалтинг", Управление образовательных проектов МИА «Россия сегодня», ООО "Экспертиза. Аналитика. Сопровождение" режим доступа: <https://universarium.org/course/393>.

13 «Язык современной рекламы и СМИ» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / Разработчик курса : Санкт-Петербургский государственный университет, режим доступа: <https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/>.

14 «Методы исследований в менеджменте» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе <https://openedu.ru> - «Открытое образование» / Разработчик курса : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, режим доступа: <https://openedu.ru/course/msu/METHODSMANAGMENT/>.

## **6.2 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

- 1) Операционная система Windows
- 2) Пакет настольных приложений MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint
- 3) Программное обеспечение для маркетинговых исследований: «БЭСТ-Маркетинг» и «Маркетинг-аналитика» (электронная версия)
- 4) КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2016. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserv1\!CONSULT\cons.exe
- 5) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>
- 6) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience - <https://apps.webofknowledge.com>

## **7 Материально-техническое обеспечение практики**

При прохождении стационарной практики используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечивающей доступ в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

При прохождении выездной практики используется материально-техническая база профильной организации. Наличие доступа в сеть Интернет, лицензионное программное обеспечение.