Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б.2.В.П.4 Преддипломная практика»

Вид *производственная практика*
учебная, производственная

Тип *преддипломная практика*

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 2017

1389661

Программа практики рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы
наименование кафедры

протокол № 8 от "02" 02 2017 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы _____ О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:

Зав. кафедрой _____ О.М. Калиева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

Доцент _____ Н.В. Лужнова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело _____ О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
_____ Н.Н. Грицай
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Н.В. Лужнова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации 45471

© Калиева О.М.,
Лужнова Н.В., 2017
© ОГУ, 2017

2

1 Цели и задачи освоения практики

Цель (цели) практики:

- закрепить теоретические знания и практические навыки и умения, полученные во время аудиторных занятий, практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности технологической практики;
- приобрести профессиональные умения и навыки в области торгово-технологической деятельности, собрать и обобщить материалы для выполнения выпускной квалификационной работы;
- приобщить студента к социальной среде предприятия (организации) для приобретения профессиональных компетенций, необходимых в процессе выполнения трудовых функций.

Задачи:

- обучение умению анализировать торговую деятельность коммерческого предприятия (организации) любой формы собственности;
- проведение оценки эффективности управления коммерческим предприятием (организацией);
- приобретение навыков принятия оптимальных и эффективных управленческих решений;
- выработка умений анализа основных показателей хозяйственной деятельности коммерческого предприятия (организации);
- получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

2 Место практики в структуре образовательной программы

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

Пререквизиты практики: *Б.1.Б.22 Поведение потребителей, Б.1.В.ОД.8 Маркетинговые исследования, Б.1.В.ОД.9 Предпринимательская деятельность, Б.1.В.ОД.11 Управление коммерческими проектами, Б.2.В.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, Б.2.В.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Б.2.В.П.2 Технологическая практика, Б.2.В.П.3 Научно-исследовательская работа*

Постреквизиты практики: *Отсутствуют*

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
Знать: ценности и нормы для формирования мировоззренческой позиции личности обучающегося; основные этапы и закономерности исторического развития общества и концепций управления. **Уметь:** использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции, анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества. **Владеть:** навыками формирования мировоззренческой позиции личности в обществе; навыками формирования правильной гражданской позиции личности в обществе.	ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности
Знать: показатели эффективности деятельности торгового предприятия, их классификацию и способы определения; **Уметь:** определять экономические показатели; уметь оценивать эффективность деятельности торгового предприятия	ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Владеть: умениями расчета показателей эффективности; разработки выводов и рекомендаций с целью их оптимизации	результатов деятельности в различных сферах
Знать: стили языка для осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций; речевые жанры различных сфер общения; все принципы и правила ведения межличностных, групповых и организационных коммуникаций; стереотипы в межкультурной коммуникации; о роли языковой личности в межкультурной коммуникации **Уметь:** применить на практике все принципы и правила ведения коммуникации: организовать внутренние коммуникации; между соответствующими органами и организациями с институтами гражданского общества, средствами массовой коммуникации, гражданами; вести речевую деятельность на профессиональные темы **Владеть:** способностью диалектически критически мыслить, вникать в суть понятий, составляющих предмет рассуждения; способностью устанавливать иерархию понятий, составляющих предмет рассуждения; способностью выявлять внутренние противоречия, толкающие мысль к выбору способа решения основной проблемы; способностью искать концептуальный подход к ее решению; владеть культурой речевого общения основами публичной речи; делать сообщения, доклады	ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Знать: содержание понятия толерантность. **Уметь:** работать в коллективе и взаимодействовать с сотрудниками разных отделов подразделений в организации. **Владеть:** навыками толерантного взаимодействия в коллективе.	ОК-4 способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
Знать: методы самоорганизации, основы тайм-менеджмента. **Уметь:** находить самостоятельно информацию и самоорганизовываться и развиваться как личность и профессионал. **Владеть:** навыками самообразования.	ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию
Знать: основы правовой системы и правовых норм в российском обществе. **Уметь:** правильно применять нормы права в процессе организации торговой деятельности коммерческого предприятия. **Владеть:** навыками использования общеправовых знаний в торговой деятельности коммерческого предприятия.	ОК-6 способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
Знать: основы влияния оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья и профилактику профессиональных заболеваний. **Уметь:** использовать основные методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. **Владеть:** комплексом упражнений для снятия статической нагрузки.	ОК-7 способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Знать: основы безопасности жизнедеятельности; методы и средства повышения безопасности, методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях; методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий. **Уметь:** планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.	ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Владеть: навыками в разработке мероприятий по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности; навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности; контроля параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям; разработки мероприятий по повышению безопасности производственной деятельности; планирования и осуществления мероприятий по повышению устойчивости производственных систем и объектов; планирования мероприятий по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях.	
Знать: способы обобщения, анализа и восприятия информации культурологического характера, а также их базовые характеристики. **Уметь:** самостоятельно ставить цель и выбирать пути ее достижения при анализе и обобщении информации, изложенной в культурологических положениях, источниках, фактах. **Владеть:** культурой мышления, культурологической терминологий, навыками анализа и обобщения актуальной социокультурной информации с использованием культурологических знаний, готовность применять эти навыки.	ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Знать: сущность понятия «патриотизм».. **Уметь:** использовать различные знания и способности при выполнении гражданского долга и проявлении патриотизма. **Владеть:** навыками выполнения гражданского долга.	ОК-10 готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма
Знать: цели, объекты, субъекты профессиональной торговой деятельности коммерческого предприятия. **Уметь:** решать стандартные задачи профессиональной деятельности, применять информационно-коммуникационные технологии, распознавать и оценивать основные опасности с учетом общепринятых критериев **Владеть:** информационной и библиографической культурой, методами распознавания и оценки основных опасностей с учетом общепринятых критериев	ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Знать: методы математического анализа и моделирования экономических процессов. **Уметь:** проводить теоретические и экспериментальные исследования торговой деятельности коммерческих предприятий. **Владеть:** математическим аппаратом при решении профессиональных проблем в торговом деле.	ОПК-2 способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
Знать: основные нормативные документы в торговой деятельности коммерческого предприятия. **Уметь:** пользоваться нормативные документами, регулирующими торговую деятельность коммерческого предприятия. **Владеть:** навыками соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов.	ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
Знать: виды коммерческой, маркетинговой, рекламной,	ОПК-4 способностью

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
товароведной информации. **Уметь:** осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью. **Владеть:** способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации торговой деятельности коммерческого предприятия, и работать с компьютером как со средством управления информацией	осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
Знать: нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность организации; виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу; основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль. **Уметь:** работать с нормативными документами, распознавать формы документального подтверждения соответствия, работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной). **Владеть:** навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; умением документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации.	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
Знать: современные системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности; нормативную документацию в товароведной и оценочной деятельности. **Уметь:** оценивать и подтверждать соответствие информации на маркировке требованиям действующих стандартов. **Владеть:** навыками контроля качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.	ПК-1 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
Знать: виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала. **Уметь:** определять ресурсы предприятия, экономические показатели	ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
его деятельности; проводить учет товаров и материальных ценностей. **Владеть:** приемами и методами управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь.	хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
Знать: цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб; цели, объекты, субъекты, сферу применения маркетинговых коммуникаций. **Уметь:** применять методы оценки и прогнозирования маркетинговой деятельности; выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка. **Владеть:** навыками выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований.	ПК-3 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
Знать: цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу деятельности по оценке и подтверждению соответствия. **Уметь:** контролировать качество товаров, регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов. **Владеть:** навыками работы с основными группами товаров разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям.	ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
Знать: методы и этапы процесса научных и маркетинговых исследований. **Уметь:** собирать, анализировать и обрабатывать информацию для обоснования содержания коммерческих проектов. **Владеть:** навыками проведения полевых и кабинетных исследований, приемами обработки и представления информации для разных видов коммерческих проектов.	ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Знать: основы разработки инновационных методов, средств и технологий в области коммерческой или торговой деятельности. **Уметь:** разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области коммерческой или торговой деятельности. **Владеть:** способностями участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области коммерческой или торговой деятельности.	ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: основные виды и элементы проектов продвижения предприятий в сети Интернет, важнейшие принципы, функции и методов управления проектом в сети Интернет, методологии анализа и синтеза управленческих решений при реализации проектов в сети Интернет. **Уметь:** применять технологии организационного проектирования в рамках проектного управления в сети Интернет, разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта в сети Интернет; разрабатывать проекты рекламной деятельности.	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Владеть: способами использования различного инструментария в проектной деятельности в сети Интернет; методологией разработки проектов рекламной деятельности с использованием информационных технологий.	
Знать: современные программные средства в области управления проектами, основные методы в управлении проектами; организацию деятельности маркетинговых служб, распределение обязанностей при реализации исследовательских проектов профессиональной деятельности. **Уметь:** анализировать финансовую реализуемость и экономическую эффективность проекта, координировать работу структурных подразделений (участников проекта). **Владеть:** методами проектного анализа и математическим аппаратом оценки эффективности и рисков проекта; разработки сетевого и календарного планирования проекта.	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: виды бизнес-процессов, методы оценки их эффективности. **Уметь:** прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. **Владеть:** методологией оценки эффективности бизнес-процессов.	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).
Практика проводится в 9 семестре.
Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Этап 1. Организационный.

Студент-практикант выбирает задание на преддипломную практику в соответствии с одним из трёх направлений: научное, исследовательское, практическое. Выбранное направление и тему ВКР согласовывает с руководителем выпускной квалификационной работы.

Этап 2. Основной – исследовательский

Содержание преддипломной практики по научному направлению.

Данное направление подразумевает исследовательскую работу студента-практиканта по одному из выбранных научных направлений. Последовательность выполнения его следующая:

1. Выбрать одно из перспективных направлений научных разработок кафедры:

1) Формирование маркетингового информационного пространства региона. Разработка научных основ маркетингового информационного пространства, включая радикальные, комбинированные и модифицированные новации, механизмы их возникновения и развития.

2) Маркетинг территорий и их продвижение.

3) Философия хозяйствования в регионе. Разработка и конкретизация методологических подходов, методов и механизмов управления маркетингом в регионе.

4) Новые технологии в государственном и региональном (муниципальном) маркетинге. Разработка, адаптация технологий использования стандартов ИСО 9000 в государственном и муниципальном маркетинге, антикризисных программ развития маркетинга территорий, бенчмаркинга, сетевых организационных структур и технологий.

5) Оптимизация соотношения децентрализации управления маркетингом территорий и укрепление вертикали управления регионального маркетинга. Проблемы взаимодействия федеральных и региональных структур управления маркетингом.

6) Разработка программ маркетинга территорий, включая формирование и продвижение позитивного имиджа - по заказам администраций регионов, городов.

7) Разработка механизмов привлечения сбережений населения для инвестирования.

8) Непрерывное образование и дистанционные технологии обучения для руководства предприятий различных форм собственности.

9) Маркетинг в коммерческих и некоммерческих сферах.

2. Изучить экономическую литературу по данному направлению, в том числе книги, статьи в периодической печати, монографии, авторефераты, диссертации (посетив диссертационный зал).

3. Выявить подходы различных авторов к проблеме по выбранному тематическому направлению, систематизировать их и представить в виде табличного и графического материла.

4. Сформулировать свою точку зрения по рассматриваемой проблеме.

Содержание преддипломной практики по исследовательскому направлению.

Данное направление подразумевает проведение маркетингового исследования на конкретном рынке - сбор и анализ первичной информации. Выполнение задания базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Маркетинговые исследования» и «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка», «Исследование деятельности предприятия». Цель, объект и методику исследования студент-практикант согласовывает с руководителем.

Возможные направления исследований:

– изучение макросреды коммерческого предприятия;

– изучение внутренней среды коммерческого предприятия;

– изучение конъюнктуры рынка;

– изучение конкурентов;

– изучение потребителей;

– изучение поставщиков и заказчиков коммерческого предприятия;

– изучение товара и товарного ассортимента, номенклатуры товаров;

– изучение цен и ценовой политики;

– изучение сбытовой системы предприятия и объемов сбыта производимой продукции.

Последовательность выполнения задания следующая:

1. Определить проблему, цель, задачи, объект, предмет на конкретном рынке для проведения маркетингового исследования.

2. Выбрать методы исследования (опрос, наблюдение, эксперимент) и сбора информации.

3. Разработать формы для сбора данных.

4. Разработать выборочный план исследования и определить объем выборки.

5. Реализовать план исследования.

6. Обработка и анализ полученной информации.

7. Сформировать отчёт.

Содержание преддипломной практики по практическому направлению.

Данное направление подразумевает прохождение преддипломной практики на конкретном предприятии, анализ его коммерческой деятельности и разработку рекомендаций по её совершенствованию.

Последовательность выполнения задания следующая:

1. Изучить систему коммерческой деятельности на предприятии – объекте исследования - и систему коммерческой отчетности. Практически освоить методику анализа коммерческой деятельности предприятия.

В этой связи студент-практикант должен выполнить следующую работу:

1) Дать организационно-экономическую характеристику предприятия – объекта исследования - на основе изучения учредительных документов, организационной структуры предприятия, анализа его основных показателей деятельности за последние три года (выручки от реализации, себестоимости, среднегодовой численности работников, прибыли и т. п.):

- описать организационную структуру и функциональные обязанности коммерческого отдела или отдела сбыта на предприятии – объекте исследования и его место в организационной структуре предприятия;
- дать характеристику выпускаемой предприятием продукции (услуг, работ), проанализировать товарную и ассортиментную политику предприятия;

2) Проанализировать коммерческую деятельность предприятия – объекта исследования, выполнить необходимые расчеты, заполнить соответствующие таблицы, сделать необходимые графические иллюстрации:

- экономические показатели сбытовой работы предприятия, направление, анализ выполнения плана поставки и реализации готовой продукции;
- сделать анализ выполнения планов поставки по потребителям в номенклатуре;
- дать характеристику и проанализировать запасы материалов на предприятии, систему маркетинговой информации на предприятии;
- описать систему планирования коммерческой деятельности предприятия, организацию работы с поставщиками и потребителями, постановку договорной работы в соответствии с тематическим направлением выпускной квалификационной работы;
- выполнить комплексный анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия в соответствии с тематическим направлением выпускной квалификационной работы.

2. Индивидуальное задание студента-практиканта в соответствии с тематикой выпускной квалификационной работы.

Этап 3. Этап систематизации, формализации, обработки и анализа полученной информации. Систематизация всей собранной и проанализированной информации формализуется в отчете по преддипломной практике, который включает следующие элементы: титульный лист, индивидуальное задание на практику, рабочий график прохождения практики, содержание, введение, основная часть (2–3 главы), заключения, приложений (при наличие), дневника практики.

5 Формы отчетной документации по итогам практики

По окончании практики студент оформляет и защищает отчет о практике, содержащий полученные результаты согласно заданию на практику. Защита отчета по преддипломной практике происходит в виде собеседования с помощью заранее подготовленной мультимедийной презентации, содержащей основные результаты практики. Новые научно-исследовательские, аналитические данные и расчеты по избранному тематическому направлению выпускной квалификационной работы студент-практикант может оформить в виде доклада и предложить к рассмотрению на конференции студенческого научного общества. Вид итогового контроля по преддипломной практике – дифференцированный зачет с оценкой.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

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

1. Беликов, И.П. Современные форматы розничной и оптовой торговли [Электронный ресурс] / И.П. Беликов. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 142 с. - ISBN 978-5-504-00773-1. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142448 . - 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».
3. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник [Электронный ресурс] / А.Г. Голова. - М. : Дашков и Ко, 2015. - 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».
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».
5. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник [Электронный ресурс] / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - 12-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 456 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02471-9. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375810 . - ЭБС «Университетская библиотека».
6. 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.
7. https://is-zakupki.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.
8. 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.
9. 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.
10. 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;
11. http://grebennikon.ru/about.php - Электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» в числе которых «Маркетинг и маркетинговые исследования».

6.2 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

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) Профессиональные базы данных по исследованиям Европейского общества исследований в области маркетинга и общественного мнения (European Society of Marketing Research Professionals) – https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications.

5) Информационная база данных Минэкономразвития РФ "Информационные системы Министерства в сети Интернет" - www.economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/.

6) Профессиональная база данных и реестр рейтингов маркетинговых агентств, вузов и специалистов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) – http://www.akarussia.ru/node/5025.

7) КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2017. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

8) ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2017]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

9) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - https://www.scopus.com

10) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - 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 обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

При прохождении выездной практики используется материально-техническая база профильной организации с наличием доступа в сеть Интернет и лицензионным программным обеспечением.