Минобрнауки России

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

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б2.П.Б.У.1 Ознакомительная практика»

Вид *учебная практика*
учебная, производственная

Тип *ознакомительная практика*

Форма *дискретная по видам практик*
непрерывная, дискретная

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2025

2209095

Рабочая программа практики «*Б2.П.Б.У.1 Ознакомительная практика*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "3" 02 2025г.

Заведующий кафедрой
маркетинга и торгового дела О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Заведующий кафедрой О.М. Калиева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

Старший преподаватель И.А. Зайцева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
С.А. Бикмиширова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Калиева О.М.,
Зайцева И.А., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения практики

Цель практики: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин, приобретение практических навыков и умений в области маркетинговой 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, перспективами развития, организационно-управленческой структурой, особенностями маркетинговой деятельности.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика реализуется в форме практической подготовки.

Практика относится к базовой части блока П «Практика»

Пререквизиты практики: *Б1.Д.Б.2 История России, Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.10 Тайм-менеджмент, Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.13 Экономическая теория, Б1.Д.Б.14 Математика, Б1.Д.Б.16 Теория менеджмента, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.19 Теория организации, Б1.Д.Б.21 История управленческой мысли, Б1.Д.Б.26 Основы предпринимательской деятельности*

Постреквизиты практики: *Б2.П.В.П.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика, Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6-В-1 Понимает важность планирования целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда УК-6-В-2 Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	**<u>Знать:</u>** закономерности социализации личности в обществе, особенности развития социальной идентичности; социально-психологические особенности развития взаимоотношений людей в коллективе; закономерности формирования социально-психологических качеств личности в коллективе; сущность карьеры, подходы к ее построению; сущность тайм-менеджмента. **<u>Уметь:</u>** уважать традиционные, культурные, этнические, конфессиональные особенности и различия; взаимодействовать с членами коллектива; организовывать благоприятный

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	УК-6-В-3 Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков УК-6-В-4 Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач	социально - психологический климат в коллективе; организовывать процесс своего обучения **Владеть:** методами коррекции социально-психологического климата; методами разрешения конфликтных ситуаций в коллективе; формами и методами коллективного труда; способами оценки влияния социально-психологического климата коллектива на профессиональную мотивацию людей и эффективность профессиональной деятельности; навыками планирования своего времени.
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10-В-1 Выявляет и обосновывает сущность, закономерности экономических процессов, осознает их природу и связь с другими процессами; понимает содержание и логику поведения экономических субъектов; использует полученные знания для формирования собственной оценки социально-экономических проблем и принятия аргументированных экономических решений в различных сферах жизнедеятельности УК-10-В-2 Взвешенно осуществляет выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов УК-10-В-3 Понимает последствия принимаемых финансово-экономических решений в условиях сформировавшейся экономической культуры; способен, опираясь на принципы и методы экономического анализа, критически оценить свой	**Знать:** сущность, закономерности экономических процессов, их природу и связь с другими процессами; содержание и логику поведения экономических субъектов; принципы и методы экономического анализа. **Уметь:** осуществлять выбор оптимального способа решения финансово-экономической задачи, с учетом интересов экономических субъектов, ресурсных ограничений, внешних и внутренних факторов. **Владеть:** навыками оценки выбора оптимального способа решения финансово-экономической задачи с учетом области жизнедеятельности, опираясь на принципы и методы экономического анализа

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	выбор с учетом области жизнедеятельности	
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1-В-1 Формулирует теоретические основы истории управленческой мысли на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории ОПК-1-В-2 Оценивает технологии и методы освоения теоретических, практических знаний по экономическим и управленческим дисциплинам специальности, включая информационные ОПК-1-В-3 Формулирует основы экономических знаний, в том числе по функционированию организации ОПК-1-В-4 Определяет основы теории организации в профессиональной деятельности менеджера ОПК-1-В-5 Формулирует основные понятия, категории и методы экономической теории, законы и принципы рыночной экономики и других экономических систем, а также профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории ОПК-1-В-6 Определяет профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории, выявлять и объяснять связи между событиями экономической жизни с точки зрения интересов экономических субъектов и экономических законов	**<u>Знать:</u>** основы истории управленческой мысли на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории; основы менеджмента организации основные принципы разработки и принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой сфере; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций в маркетинговой сфере; конкурентную среду осуществления предпринимательской деятельности; понятие и содержание рыночных конкурентных возможностей и новых бизнес- моделей **<u>Уметь:</u>** Оценивать способы решения профессиональных задач на основе знаний истории управленческой мысли (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории, проведения исследования и анализа исторических предпосылок для формирования личности менеджера из опыта управленческой мысли; проектировать организационно-управленческое решение в маркетинговой политике предприятия и определять ответственность и социальную значимость его реализации; вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации в маркетинговой сфере; оценивать рыночные условия осуществления предпринимательской деятельности, формировать новые бизнес-модели **<u>Владеть:</u>** навыками обоснования социальной значимости принятых организационно-управленческих решений и методами контроля процесса реализации выбранного решения в маркетинговой сфере;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
		навыками деловых коммуникаций и публичных выступлений по результатам проведенных маркетинговых исследований; навыками сбора и обработки коммерческой информации; навыками анализа экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; навыками выявления новых рыночных возможностей; навыками принятия экономических решений, исходя из мотивов и интересов различных экономических субъектов на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).
Практика проводится в 2 семестре.
Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Этап 1. Организационно-ознакомительный этап.

Изучение целей и задач учебной практики. Выбор 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 теоретических основ маркетинговой деятельности; 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 прохождение учебной практики. Содержание общей части задания:

- изучение история возникновения и направления развития предприятия;
- анализ коммерческая деятельность предприятия;
- изучение документов, регламентирующих деятельность предприятия и его работников;
- анализ структуры управления предприятием;
- характеристика подразделения (отдела) предприятия, его функций;
- изучение должностных инструкций персонала подразделения;
- анализ финансово-экономических показателей деятельности предприятия;
- определение конкурентного положения торгового предприятия на рынке.

Содержание индивидуальной части задания - изучение теоретических основ маркетинговой деятельности предприятия:

- цели, функции и задачи маркетинга;
- концепции маркетинга;

- комплекс маркетинга;
- сегментация рынка;
- позиционирование на рынке;
- маркетинговая информационная система;
- маркетинговые исследования;
- поведение потребителей;
- товар и товарная политика;
- ценообразование на предприятии;
- система распределения товара;
- система маркетинговых коммуникаций;
- организация маркетинговой деятельности;
- управление маркетингом;
- планирование маркетинговой деятельности;
- бюджет маркетинга;
- контроль маркетинга.

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.

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

1 Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 216 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991 (дата обращения: 25.03.2025). – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.

2 Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 220 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688900 (дата обращения: 25.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3164-1. – DOI 10.23681/688900. – Текст : электронный.

3 Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 408 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720354 (дата обращения: 25.03.2025). – Библиогр.: с. 356-361. – ISBN 978-5-394-06027-4. – Текст : электронный.

4 Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 170 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077 (дата обращения: 25.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст : электронный.

Интернет-ресурсы

1. www.4p.ru - электронное издание (маркетинг портал) основанное в 1999 году. В настоящий момент 4p.ru это лучшие практические и аналитические материалы маркетинговой специфики, а также ряд бесплатных уникальных сервисов для маркетологов и компаний рекламно-маркетинговой сферы

2. www.marketing.spb.ru - «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 повышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков.

3. http://grebennikon.ru – электронная библиотека. Ресурс содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников». Имеется раздел по маркетингу и маркетинговым исследованиям. На сегодняшней день в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий. Большинство журналов выпускается более 5 лет.

4. www.sostav.ru - ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Успешно развивается с 1998 года, обладает множеством профессиональных наград, в том числе «Брэнд года». Ежедневно предоставляет своим читателям самую актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.

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

1 Операционная система РЕД ОС

2 Пакет офисных приложений LibreOffice

3 Веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/

4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition

5 Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат. Структура 4.0». - Режим доступа: https://osu.antiplagiat.ru/

6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). - Режим доступа: https://osu.aistt.ru/

7 Университетская платформа электронного обучения «Электронные курсы ОГУ в системе обучения Moodle» (http://moodle.osu.ru)

8 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)

9 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

10 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

11 http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

7 Места прохождения практики

Возможные места прохождения практики:

- *предприятия различных форм собственности, реализующие свою деятельность на территории Оренбургской области и Российской Федерации*
- *кафедра маркетинга и торгового дела ОГУ.*

8 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.