

Б2.В.01(У) Учебная практика, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков использования информационных технологий

1.1. Цели и задачи учебной практики

Учебная практика проводится в целях получения студентами первичных профессиональных умений и навыков.

При реализации программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направления подготовки: «Маркетинг и рыночная аналитика», предусматривается тип учебной практики: Учебная практика, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков использования информационных технологий

Задачи учебной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;
- овладение умениями и навыками, приобретение первоначального практического опыта в профессиональном виде деятельности, в том числе навыками использования информационных технологий;
- развитие умения организовывать собственную деятельность, формирование методов и способов выполнения профессиональных задач;
- освоение компетенций по избранному направлению подготовки (специальности) высшего образования;
- подготовка материалов по теме индивидуального задания кафедры;
- получение дополнительной информации, необходимой для написания курсовых работ по учебным дисциплинам (модулям).

1.2. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики	Учебная практика
Тип практики	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков использования информационных технологий
Способ проведения	Стационарная Выездная
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Условия реализации программы (место проведения)	Специализированные лаборатории и кабинеты института Предприятия (организации) в соответствии с заключенными договорами

Практика проводится в форме практической подготовки.

1.3. Объем учебной практики и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем практики, трудоемкость, ас./з.е.
	Форма обучения
	Заочная (ускоренное обучение на базе СПО)
Всего	108/3
Контактная работа (всего)	12
в том числе:	
АттК	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	96
в том числе:	
оформление практических работ	
Продолжительность практики, недель	2 недели
Промежуточная аттестация в форме:	Зачет с оценкой

Показатели	Объем часов / продолжительность
Всего	108
Трудоемкость, з.е	3 з.е.
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Сроки (период) проведения (курс, семестр)	1 курс
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой

1.4. Перечень планируемых результатов обучения При прохождении учебной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения учебной практики, практики по получению первичных профессиональных умений и навыков использования информационных технологий, обучающиеся должны продемонстрировать, с учетом требования профессионального стандарта, утвержденного Профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог» №366н от 04.07.2018г.,

овладение видом (видами или их отдельными элементами) профессиональной деятельности (ВПД) направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», направленность (профиль) программы «Маркетинг и рыночная аналитика». в том числе компетенциями (профессиональными, общекультурными), представленными в понятиях: знать, уметь, владеть в соответствии с Таблицей 1.

.

Таблица 1- Планируемые результаты обучения при прохождении учебной практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Код компетенции (или её части)	Планируемые результаты обучения (содержание компетенций в соответствии с ОПОП направления подготовки)	Обобщенные трудовые функции профессионального стандарта	Перечень планируемых результатов
ПК-4	способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации		<p><i>Знать: как идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</i></p> <p><i>Уметь: идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</i></p> <p><i>Владеть: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</i></p>
ПК-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Знать: - основные тенденции развития и достижения соответствующей предметной и научной области и ее взаимосвязи с другими науками</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами; - работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления; - обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; - работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности

Б2.В.02(У) Учебная практика, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности

1.1. Цели и задачи учебной практики

Учебная практика проводится в целях получения студентами первичных профессиональных умений и навыков.

При реализации программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направления подготовки: «Маркетинг и рыночная аналитика», предусматривается тип учебной практики: Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачи учебной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;
- овладение умениями и навыками, приобретение первоначального практического опыта в профессиональном виде деятельности, в том числе навыками использования информационных технологий;
- развитие умения организовывать собственную деятельность, формирование методов и способов выполнения профессиональных задач;
- освоение компетенций по избранному направлению подготовки (специальности) высшего образования;
- подготовка материалов по теме индивидуального задания;
- получение дополнительной информации, необходимой для написания курсовых работ (курсовых проектов) по учебным дисциплинам (модулям).

1.2. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики	Учебная практика
Тип практики	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.
Способ проведения	Стационарная Выездная
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Условия реализации программы (место проведения)	Специализированные лаборатории и кабинеты института Предприятия (организации) в соответствии с заключенными договорами

Практика проводится в форме практической подготовки.

1.3. Объем учебной практики и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем практики, трудоемкость, час./з.е
	Форма обучения
	Заочная (ускоренное обучение на базе СПО)
Всего	108/3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	-
АТТК	-
2. Самостоятельная работа обучающегося (всего)	-
Изучено и зачтено	108
Продолжительность практики, недель	2 недели
Промежуточная аттестация в форме:	Зачет с оценкой

Показатели	Объем часов / продолжительность
	часов
Всего	108
Трудоемкость, з.е	3 з.е.
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Сроки (период) проведения (курс, семестр)	-
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой

1.4. Перечень планируемых результатов обучения При прохождении учебной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения учебной практики, обучающиеся должны продемонстрировать, с учетом требования профессионального стандарта Код, наименование профессионального стандарта, утвержденного Профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог» №366н от 04.07.2018г., овладение видом (видами или их отдельными элементами) профессиональной деятельности (ВПД) направления подготовки 38.03.06

«Торговое дело», направленность (профиль) программы «Маркетинг и рыночная аналитика», в том числе компетенциями (профессиональными, общекультурными), представленными в понятиях: знать, уметь, владеть в соответствии с Таблицей 1.

Таблица 1- Планируемые результаты обучения при прохождении учебной практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Код компетенции (или её части)	Планируемые результаты обучения (содержание компетенций в соответствии с ОПОП направления подготовки)	Обобщенные трудовые функции профессионального стандарта	Перечень планируемых результатов
ПК-4	ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации		<p><i>Знать: как идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</i></p> <p><i>Уметь: идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</i></p> <p><i>Владеть: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</i></p>
ОК-8	ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий		<p><i>Знать: как использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, катастроф и стихийных бедствий</i></p> <p><i>Уметь: использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, катастроф и стихийных бедствий</i></p> <p><i>Владеть способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, катастроф и стихийных бедствий</i></p>

Б2.В.03(П) Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (торгово-технологической деятельности)

Производственная практика проводится с целью получения студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; приобщения студентов к социальной среде предприятия (организации) и приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере деятельности.

При реализации программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы «Маркетинг и рыночная аналитика», предусматривается **тип практики:** Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (торгово-технологической деятельности).

Задачи практики:

- углубление и расширение теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;

- формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, включая дополнительные компетенции, установленные институтом, а также приобретения необходимых умений и опыта практической работы по направлению подготовки (специальности) высшего образования;

- развитие умений организовывать собственную деятельность, воспитание исполнительской дисциплины, чувства ответственности и умения самостоятельно решать проблемы, возникающие в процессе профессиональной деятельности;

- изучение производственно-хозяйственной деятельности, организационной структуры организации (предприятия) и содержания работы специалистов служб организации (предприятия);

- получение дополнительной информации, необходимой для написания курсовых работ (курсовых проектов), рефератов и других творческих заданий, установленных кафедрой.

1.2. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики	Производственная практика
Тип практики	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (торгово-технологической деятельности)

Способ проведения	Стационарная Выездная
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Условия реализации программы (место проведения)	Предприятия (организации) в соответствии с заключенными договорами

Практика проводится в форме практической подготовки, а также в форме контактной работы, предусматривающей групповую и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками института и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы.

1.3. Объем, продолжительность и сроки проведения производственной практики

Показатели	Объем часов / продолжительность	
	часов	недель
Всего	324	4
Трудоемкость, з.е	9 з.е.	
Форма проведения	Дискретно, по видам практик	
Сроки (период) проведения (курс, семестр)	3 курс	
Изучено и зачтено	216	
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой	

1.4. Перечень планируемых результатов обучения При прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения практики, обучающиеся должны продемонстрировать, с учетом требования профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог» № 366н от 04.07.2018, овладение видом (видами или их отдельными элементами) профессиональной деятельности (ВПД) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, в том числе компетенциями (профессиональными, общекультурными), представленными в понятиях: знать, уметь, владеть в соответствии с Таблицей 1 - Планируемые результаты обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с

планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования.

Таблица 1- Планируемые результаты обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Код компетенции (или её части)	Планируемые результаты обучения (содержание компетенций в соответствии с ОПОП направления подготовки)	Перечень планируемых результатов
ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4	<ul style="list-style-type: none"> – способность применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1); – умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2); – способность 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-3); – способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4); 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук - теоретические и экспериментальные исследования - нормативные документы в своей профессиональной деятельности - оценку качества товаров и услуг - управление торгово-технологическими процессами на предприятии, - основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2); – 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-3); – прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4); <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1) – оценивать их эффективность (ПК-4); - эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-3); – проводить прогноз бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);

ОК-8	ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	<p>Знать: как использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, катастроф и стихийных бедствий</p> <p>Уметь: использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, катастроф и стихийных бедствий</p> <p>Владеть способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, катастроф и стихийных бедствий</p>
-------------	--	--

Б2.В.04(П) Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности

1.1. Цели и задачи производственной практики

Целью производственной практики является закрепление теоретических знаний, полученных по дисциплинам профессионального цикла, получение практических навыков.

При реализации программы высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы «Маркетинг и рыночная аналитика», предусматривается тип практики: практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности.

Задачи производственной практики:

- углубление и расширение теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;

- формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, включая дополнительные компетенции, установленные институтом, а также приобретения необходимых умений и опыта практической работы по направлению подготовки (специальности) высшего образования;

- развитие умений организовывать собственную деятельность, воспитание исполнительской дисциплины, чувства ответственности и умения самостоятельно решать проблемы, возникающие в процессе профессиональной деятельности;

- изучение производственно-хозяйственной деятельности, организационной структуры организации (предприятия) и содержания работы специалистов служб организации (предприятия);

- получение дополнительной информации, необходимой для написания курсовых работ (курсовых проектов), рефератов и других творческих заданий, установленных кафедрой.

1.2. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики	Производственная практика
Тип практики	Практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности

Способ проведения	Стационарная Выездная
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Условия реализации программы (место проведения)	Предприятия (организации) в соответствии с заключенными договорами

Практика проводится в форме практической подготовки, а также в форме контактной работы, предусматривающей групповую и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками института и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы.

1.3. Объем, продолжительность и сроки проведения практики

Показатели	Объем часов / продолжительность	
	Заочная (ускоренное обучение на базе СПО)	
	часов	недель
Всего	216	4
Трудоемкость, з.е	6 з.е.	
Форма проведения	Дискретно, по видам практик	
Сроки (период) проведения (курс)	3 курс	
Изучено и зачтено	108	
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой	

1.4. Перечень планируемых результатов обучения

При прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения практики, обучающиеся должны продемонстрировать, с учетом требования профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «04» июля 2018г. №366н., овладение видом (видами или их отдельными элементами) профессиональной деятельности (ВПД) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, в том числе компетенциями (профессиональными, общекультурными), представленными в понятиях: знать, уметь, владеть в соответствии с Таблицей 1 - Планируемые результаты обучения при прохождении производственной практики,

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования.

Таблица 1- Планируемые результаты обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Код компетенции и (или её части)	Планируемые результаты обучения (содержание компетенций в соответствии с ОПОП направления подготовки)	Обобщенные трудовые функции профессионального стандарта	Перечень планируемых результатов
ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий		<p>Знать: порядок и методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p>Уметь: оперативно использовать приемы первой помощи;</p> <p>Владеть: навыками и приемы первой помощи, защиты в условиях чрезвычайных ситуаций</p>
ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; – причинно-следственные связи изменений в деятельности хозяйствующих субъектов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – собрать и проанализировать выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками методик проведения деловых переговоров
ПК-5	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Знать: методику и нормативно-правовую базу организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p> <p>Уметь;</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами <p>Владет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современными методами организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Методики расчетов показателей, необходимых для составления экономических разделов планов – Сущность и содержание стандартов экономического субъекта, посвященных обоснованию планов и представлению результатов работы организации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в

			<p>организации стандартами</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Навыками выполнения необходимых для составления и планирования материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-9	<p>готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок применения основных положений и требований документов, регламентирующих деятельность организации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев <ul style="list-style-type: none"> – выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; – осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); – анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать и разрабатывать стратегии организации; – управлять товарными запасами;
ПК-8	<p>готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции развития и достижения соответствующей предметной и научной области и ее взаимосвязи с другими науками <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами; – работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления; – обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; – работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности

Б2.В.05(Пд) Преддипломная практика

1.1 Цели и задачи преддипломной практики

Преддипломной практика проводится с целью сбора, систематизации и обобщения материала, необходимого для выполнения выпускной квалификационной работы, приобщения студентов к социальной среде организации (предприятия) и приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере деятельности.

Задачи преддипломной практики:

- углубление и расширение теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;
- формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, включая дополнительные компетенции, установленные институтом, а также приобретения необходимых умений и опыта практической работы по направлению подготовки (специальности) высшего образования;
- развитие умений организовывать собственную деятельность, воспитание исполнительской дисциплины, чувства ответственности и умения самостоятельно решать проблемы, возникающие в процессе профессиональной деятельности;
- получение дополнительной информации, необходимой для написания курсовых работ (курсовых проектов), рефератов и других творческих заданий, установленных кафедрами.

1.2. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики	Преддипломная практика
Способ проведения	Выездная, стационарная
Форма проведения	Дискретно, по видам практик
Условия реализации программы (место проведения)	Организации (предприятия) в соответствии с заключенными договорами

1.3. Объем, продолжительность и сроки проведения преддипломной практики

Показатели	Объем часов / продолжительность	
	часов	недель
Всего	216	4
Трудоемкость, з.е	6 з.е.	
Форма проведения	Дискретно, по видам практик	
Сроки (период) проведения (курс, семестр)	4 курс	
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой	

Практика проводится в форме практической подготовки, а также в форме контактной работы, предусматривающей групповую и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками института и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы, в объеме – 1,3 контактных часа.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения

При прохождении преддипломной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения практики, обучающиеся должны продемонстрировать, с учетом требования профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «04» июля 2018г. №366н., овладение видом (видами или их отдельными элементами) профессиональной деятельности (ВПД) 38.03.06 Торговое дело, в том числе компетенциями (профессиональными, общепрофессиональными, общекультурными и компетенциями, установленными образовательной организацией), представленными в понятиях: знать, уметь, владеть в соответствии с Таблицей 1 - Планируемые результаты обучения при прохождении преддипломной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования..

Таблица 1- Планируемые результаты обучения при прохождении преддипломной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Код компетенции (или её части)	Планируемые результаты обучения (содержание компетенций в соответствии с ОПОП направления подготовки)	Обобщенные трудовые функции профессионального стандарта	Перечень планируемых результатов
ДПК-1	способностью анализировать конъюнктуры рынка товаров и услуг, формированию предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: как анализировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность, устанавливать причинно-следственные связи изменений в ней, оценивать потенциальные риски и возможности экономического субъекта в рыночных условиях Уметь: конъюнктуры рынка товаров и услуг Владеть: способностью анализировать бухгалтерскую (финансовую) отчетность, формированию предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики
ДПК-2	способностью разработки маркетинговых инструментов, планирования этапов маркетингового исследования и оформлению комплексных результатов маркетинговых исследований	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: как разрабатывать маркетинговые инструменты, планировать этапы маркетингового исследования и оформления комплексных результатов маркетинговых исследований Уметь: применять на практике маркетинговые инструменты, планировать этапы маркетингового исследования и оформления комплексных результатов маркетинговых исследований Владеть: способностью интерпретировать и оформлять комплексные результаты маркетинговых исследований
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	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: как управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг Уметь: оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение Владеть: способностью эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-2	способностью осуществлять управление торговыми технологическими процессами на предприятии,	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: как регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери Уметь: на основе типовых методик осуществлять управление торговыми

	регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери		технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения Владеть: способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
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	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: как выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций Уметь: выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами, изучать и прогнозировать спрос потребителей Владеть: способностью анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-4	способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: как выявлять и предупреждать фальсификации товаров Уметь: выполнять идентификацию товаров Владеть: способностью идентифицировать товары
ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: <ul style="list-style-type: none"> – исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; – причинно-следственные связи изменений в деятельности хозяйствующих субъектов Уметь: <ul style="list-style-type: none"> – собрать и проанализировать выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение Владеть: <ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками методик проведения деловых переговоров

<p>ПК-5</p>	<p>способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать: методику и нормативно-правовую базу организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p> <p>Умет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами <p>Владет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методами организационно-управленческой работы с малыми коллективами
<p>ПК-7</p>	<p>способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методики расчетов показателей, необходимых для составления экономических разделов планов - Сущность и содержание стандартов экономического субъекта, посвященных обоснованию планов и представлению результатов работы организации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками выполнения необходимых для составления и планирования материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
<p>ПК-9</p>	<p>готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок применения основных положений и требований документов, регламентирующих деятельность организации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев <ul style="list-style-type: none"> - выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; - осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); - анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать и разрабатывать стратегии организации; - управлять товарными запасами;

<p>ПК-8</p>	<p>готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать: - основные тенденции развития и достижения соответствующей предметной и научной области и ее взаимосвязи с другими науками</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами; - работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления; - обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; - работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности
<p>ОК-8</p>	<p>готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</p>	<p>ТФ: Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать: порядок и методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; Уметь: оперативно использовать приемы первой помощи; Владеть: навыками и приемы первой помощи, защиты в условиях чрезвычайных ситуаций</p>