Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДЕНО
Кафедрой маркетинга и рекламы
Протокол от «28» июня 2022 г.
№ 5

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

38.03.06 Управление продажами

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика

Направление подготовки - 38.03.06 Торговое дело

Форма обучения - очная

Год набора - 2023

Москва, 2022 г.

Документ подписан электронной подписью
Дата и время подписания: 16.06.2023 09:10
Сертификат: 75E17EFD8AD7E9ECDEAD0CDFD0671FEC
Владелец: Назаров Максим Николаевич
Действителен с 28.07.2022 по 21.10.2023

Автор–составитель:

Руководитель программы, доцент Кафедры маркетинга и рекламы, к.э.н. О.В. Трофименко

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, типы практики и способы ее проведения
2. Планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с результатами освоения программы
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы
4. Содержание практики
5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
6. Оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

1. Вид, типы практики и способы ее проведения

Вид практики: производственная практика.

Тип практики: преддипломная.

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретно, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

2.1. Преддипломная практика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Наименование компонента (этапа) освоения компетенции
ПКр ОС МПБ МиУП-1	Способен составлять и анализировать план внедрения инструментов персонализации для предприятия электронной коммерции, использовать системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики	ПКр ОС МПБ МиУП-1.2	Анализирует эффективность маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПКр ОС МПБ МиУП-2	Способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	ПКр ОС МПБ МиУП-2.2	Анализирует тенденцию формирования и изменения спроса потребителей
ПКр ОС МПБ МиУП-3	Способен интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять закономерности изменения социально-экономических показателей	ПКр ОС МПБ МиУП-3.2	Анализирует и интерпретирует информацию, содержащуюся в различных формах отчетности отечественных и зарубежных источников
ПКр ОС МПБ МиУП-4	Способен рассчитывать основные показатели эффективности от реализации маркетинговых кампаний и компаний в сфере продаж	ПКр ОС МПБ МиУП-4.2	Рассчитывает основные показатели эффективности в сфере продаж от реализации компаний
ПКр ОС МПБ МиУП-5	Способен делать таргетинг целевой аудитории, анализировать потенциальных клиентов, создавать текст email и цепочки писем	ПКр ОС МПБ МиУП-5.2	Организовывает работы по рассылке электронных писем: составляет письма, корректирует их, выбирает программы

			для рассылки, собирает контакты для рассылки, рассылает, собирает результаты по доставленным письмам
ПКр ОС МПБ МиУП-6	Способен разрабатывать SMM кампании и собирать аналитику по социальным сетям	ПКр ОС МПБ МиУП-6.2	Составляет отчеты по результатам работы
ПКр ОС МПБ МиУП-7	Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений - деятельности, продуктов и т.п.)	ПКр ОС МПБ МиУП-7.2	Подбирает площадки для размещения медийной рекламы
ПКр ОС МПБ МиУП-8	Способен проводить анализ конкурентной среды	ПКр ОС МПБ МиУП-8.2	Составляет аналитические записки по проведенному анализу
ПКс ОС МПБ МиУП-1	Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс ОС МПБ МиУП-1.2	Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПКс ОС МПБ МиУП-2	Способен к проведению исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПКс ОС МПБ МиУП-2.2	Составляет аналитические записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
	ПКр ОС МПБ МиУП-1.2	на уровне знаний: особенности управления проектами
		на уровне умений: использование закономерностей восприятия и обработки информации потребителем
		на уровне навыков: идентификация внешних и внутренних факторов потребительского поведения
		на уровне опыта практической деятельности: организация деловых контактов при реализации проектов
	ПКр ОС МПБ МиУП-2.2	на уровне знаний: специфики формирования выборки и бюджета маркетинговых исследований в зависимости от поставленной цели
		на уровне умений:

		применение изученных подходов к формированию выборки и бюджета маркетинговых исследований
		на уровне навыков: проведение маркетинговых исследований
		на уровне опыта практической деятельности: разработка маркетинговой стратегии организаций, планирование и осуществление мероприятий, направленных на ее реализацию
	ПКр ОС МПБ МиУП-3.2	на уровне знаний: состава внешней среды организации, ее элементах и их характеристиках
		на уровне умений: сбор и критический анализ информации о внешней среде организации и ее влияние на деятельность компании
		на уровне навыков: формулирование возможных мер и рекомендаций по преодолению возникающих трудностей и использование вероятных преимуществ
		на уровне опыта практической деятельности: анализ возможностей и угроз, открывающихся перед компаниями
	ПКр ОС МПБ МиУП-4.2	на уровне знаний: основные теоретические положения методик портфельного анализа
		на уровне умений: выявление основных направлений стратегического развития компании
		на уровне навыков: оценка эффективности коммерческой, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях
		на уровне опыта практической деятельности: организация реализации стратегии
	ПКр ОС МПБ МиУП-5.2	на уровне знаний: сути и методов портфельного анализа
		на уровне умений: выявление основных направлений стратегического развития компании
		на уровне навыков: оценка эффективности коммерческой деятельности на предприятиях

		на уровне опыта практической деятельности: формирования стратегических целей организации
	ПКр ОС МПБ МиУП-6.2	на уровне знаний: методологии оценки экономической эффективности маркетинговых коммуникаций
		на уровне умений: проведение теоретических и экспериментальных маркетинговых исследований
		на уровне навыков: составление медиа-плана и оценка проведенных коммуникационных кампаний
		на уровне опыта практической деятельности: планирование и организация внутренних и внешних коммуникаций фирмы
	ПКр ОС МПБ МиУП-7.2	на уровне знаний: основные характеристики промышленного рынка, классификации товаров и услуг на промышленном рынке
		на уровне умений: определение специфики спроса на продукт на промышленных рынках
		на уровне навыков: оценка эффективности маркетинговой деятельности компании
		на уровне опыта практической деятельности: работа в коллективе
	ПКр ОС МПБ МиУП-8.2	на уровне знаний: особенности маркетинговой политики предприятий сферы услуг
		на уровне умений: анализ основных рисков при принятии решений в маркетинге услуг
		на уровне навыков: маркетинговый анализ рынка в целях просчета рисков при принятии управленческих решений
		на уровне опыта практической деятельности: разработка ассортиментной политики услуг при принятии решений об инвестировании и финансировании с целью минимизации рисков

	ПКс ОС МПБ МиУП-1.2	на уровне знаний: основ управления проектами
		на уровне умений: принятие решений на стадии проекта
		на уровне навыков: управление совместной группой проекта
		на уровне опыта практической деятельности: разработка маркетинговой стратегии организации, планирование и осуществление мероприятий, направленных на ее реализацию
	ПКс ОС МПБ МиУП-2.2	на уровне знаний: базовые модели потребительского выбора
		на уровне умений: исследование потребительского поведения, идентификация внешних и внутренних факторов потребительского поведения
		на уровне навыков: использование закономерности восприятия и обработки информации потребителем
		на уровне опыта практической деятельности: оценка поведения потребителя

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики

Очная форма обучения

6 зачетных единиц – 216 академических часов/162 астрономических часа

- занятия семинарского типа- 36 академических часов/27 астрономических часа (из них практическая подготовка – 36 академических часов/27 астрономических часа);

самостоятельная работа обучающихся – 176 академических часов/132 астрономических часов.

Место практики в структуре ОП ВО

Б2.В.02(Пд) «Преддипломная практика» осваивается на 4 курсе в 8 семестре очной формы обучения и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы многопрофильного бакалавриата «Маркетинг и управление продажами» по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», направленность (профиль) «Управление продажами».

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	Организационное собрание обучающихся с руководителем практики. Ознакомление с порядком проведения практики, мерами безопасности, с документами отчетности. Составление план-графика проведения практики. Выдача индивидуальных заданий для студентов, выполняемых в период практики.
2	Основной этап	Своевременное прибытие к месту прохождения практики. Изучение целей, задач, видов деятельности и организационной структуры предприятия. Изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия. Сбор материалов в соответствии с индивидуальным заданием на практику. В этот же период практиканты собирают и обрабатывают материал к отчету, пишут разделы отчета, а также выполняют указания, относящиеся к практике, руководителя практики как от Академии, так и от профильной организации. Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка ведомства (организации) и правил пожарной безопасности.
3	Заключительный этап	Обработка и анализ полученной информации. Оформление отзыва о работе студента в ведомстве (организации), в котором практика была успешно пройдена. Формирование отчета по результатам прохождения практики. Защита отчета о прохождении практики.

5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

В ходе реализации практики Б2.В.02(Пд) «Преддипломная практика» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
Подготовительный этап	Инструктаж
Основной этап	Сбор и систематизация материала
Заключительный этап	Обобщение материала, формирование отчета

6. Оценочные материалы промежуточной аттестации (формы отчетности по практике)

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

По окончании практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

- отзыв-характеристика руководителя от Академии;
- отчет по практике, оформленный в установленном порядке;
- отзыв руководителя практики от профильной организации, заверенный печатью организации;
- индивидуальное задание руководителя практики от Академии.

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу студента во время прохождения практики. В отчете должны быть отражены изученные во время практики общие вопросы и основные результаты практической деятельности обучающегося, включающие следующую информацию: полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение; характеристику организационно-правовой формы предприятия, его структуры; информацию о рынке товаров и услуг компании, характеристику продуктов и (или) услуг, выпускаемых (предоставляемых) данной организацией; показатели рекламной деятельности: ATL, BTL и PR-мероприятия, промо-акции и другие используемые методы стимулирования сбыта, а также информацию в соответствии с полученным заданием для конкретного объекта.

Отчет по практике состоит из титульного листа, оглавления, основной части, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений. С разрешения организации и за исключением информации, составляющей коммерческую тайну, и иной охраняемой законом информации в качестве приложений в отчет по практике могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных обучающимся в период прохождения практики.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от организации, индивидуального задания руководителя дипломной работы (проекта), для обучающихся, направляемых на практику) должен составлять 15-25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

При защите отчета по практике оценивается соответствие информации, представленной в отчете, данным из информационных ресурсов общего доступа сети Интернет, материалов лекций, учебной и экономической литературы. При защите ответы на вопросы должны быть логически последовательными, содержательными, полными, правильными и конкретными.

Примерные вопросы при защите отчета по практике (преддипломной)

1. Показатели выполнения мероприятий по подготовке выпускной квалификационной работы.
2. Результативность мероприятий по подготовке выпускной квалификационной работы.
3. Подтверждение возможности применения ранее выбранных методов исследования.
4. Обоснование отказа от каких-либо методов исследования, выбранных ранее.
5. Предполагаемые результаты применения методов, выбранных ранее.
6. Основные направления совершенствования, используемые в выбранной для исследования области.
7. Результативности применения основных методов совершенствования, применяемых в выбранной области исследования.
8. Предполагаемые актуальность основных направлений совершенствования с учетом выбранных объектов исследования и изменений экономической ситуации.

9. Основные тезисы публикаций по теме исследования.
10. План выпускной квалификационной работы и основные характеристики ее разделов.

Шкала оценивания

Зачтено с оценкой «Отлично» выставляется: план-график проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены. Задания и указания руководителя практики выполнены в установленные сроки. Все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями. Отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте. Обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Зачтено с оценкой «Хорошо» выставляется: план-график проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи. Выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики. Представлены в срок правильно оформленные документы. Отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте. Обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Грамотно излагает материал.

Зачтено с оценкой «Удовлетворительно» выставляется: план-график проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью. Задания и указания руководителя практики выполнялись с нарушением установленных сроков. Отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта). Имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Обучающийся плохо ориентируется в материале.

«Не зачтено» выставляется, когда обучающийся не может защитить свой отчёт по практике, допускает грубые ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе на них не отвечает.

Индивидуальные задания для преддипломной практики:

1. Сбор и анализ информации относительно конкурентного положения предприятия.
2. Сбор и анализ информации относительно состава и структуры клиентской базы предприятия.
3. Сбор и анализ информации относительно объема и структуры спроса.
4. Сбор и анализ информации относительно продуктового портфеля предприятия.
5. Сбор и анализ информации относительно ценовой политики предприятия.
6. Сбор состава и структуры поставок товаров на торговом предприятии.
7. Анализ каналов сбыта, сформированных на предприятии.
8. Анализ форм и методов продаж на предприятии.
9. Анализ коммуникативных мероприятий предприятия.
10. Анализ маркетинговых планов и программ предприятия.
11. Анализ маркетинговых бюджетов и затрат на маркетинг.
12. На основании проведенного анализа полученной информации выявить недостатки в организации маркетинговой деятельности изучаемого предприятия.

13. На основании выявленных недостатков сформулировать список рекомендаций, направленных на совершенствование маркетинговой деятельности предприятия.