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.О.02 (П) ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Уровень образования - бакалавриат

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: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

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. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Наименование компонента (этапа) освоения компетенции
ПКо ОС МПБ МиУП-1	Способен учитывать роль неопределенности в поведении потребителя и моделировать возможные последствия данного фактора при принятии управленческих и маркетинговых решений	ПКо ОС МПБ МиУП-1.2	Принимает управленческие и маркетинговые решения учитывая поведение потребителей
ПКо ОС МПБ МиУП-2	Способен выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы	ПКо ОС МПБ МиУП-2.2	Анализирует полученные результаты (расчеты) и делает обоснованные выводы
ПКо ОС МПБ МиУП-3	Способен разрабатывать диджитал-стратегию компании и применять ее в основных каналах продвижения в диджитал среде	ПКо ОС МПБ МиУП-3.2	Использует разработанную диджитал-стратегию на выбранных площадках в социальных медиа

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
	ПКо ОС МПБ МиУП-1.2	на уровне умений: применение количественных методов при проведении теоретического и экспериментального исследования

		на уровне навыков: владение инструментами и вычислительными средствами для построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей
		на уровне опыта практической деятельности: работа с инструментами и вычислительными средствами адаптации моделей к конкретным задачам управления
	ПКо ОС МПБ МиУП-2.2	на уровне умений: сбор и обработка данных с помощью различных статистических методов
		на уровне навыков: выбор и применение инструментальных средств для обработки данных
		на уровне опыта практической деятельности: анализ и интерпретация информации, содержащейся в различных отечественных и зарубежных источниках
	ПКо ОС МПБ МиУП-3.2	на уровне умений: определение ключевых факторов, влияющих на привлечение и удержание клиентов
		на уровне навыков: внедрение методов персональных продаж в деятельность организации
		на уровне опыта практической деятельности: владение технологией формирования клиентурных отношений

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики

Очная форма обучения

6 зачетных единиц – 216 академических часов/162 астрономических часа в т.ч. контактная работа

- занятия семинарского типа- 24 академических часа/18 астрономических часов (из них практическая подготовка – 24 академических часа/18 астрономических часов);

самостоятельная работа обучающихся – 198 академических часа/ 141 астрономических часа.

Место практики в структуре ОП ВО

Б2.О.02(П) «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» осваивается на 2 курсе в 4 семестре очной формы обучения и относится к обязательной части 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.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
2	Основной этап	1. Своевременное прибытие к месту прохождения практики. 2. Изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия. 3. Составление характеристики предприятия, организации, фирмы: место предприятия в отрасли, ассортимент выпускаемой продукции, производственная и управленческая структура, учредительные документы Изучение целей, задач, видов деятельности и организационной структуры предприятия. 4. Изучение особенностей хозяйственной деятельности на предприятиях в сфере недвижимости, особенностей организации финансов в недвижимости. 5. Участие в работе бухгалтерии, экономического, финансового отделов, составление, оформление финансовых документов, участие в финансовом планировании и организации денежных расчетов, выполнение других расчетов. 6. Участие в консультациях с клиентами по различным вопросам: купли-продажи недвижимости, наследственного права, оформления и переоформления прав на недвижимое имущество, раздела имущества, защиты своих жилищных прав, жилищных сертификатов, аренды и найма недвижимого имущества, выселения временных жильцов, регистрации по месту жительства. 7. 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). 8. Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка предприятия (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.О.02(П) «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
Подготовительный этап	План-график
Основной этап	Сбор материала
Заключительный этап	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.

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.

Примерные вопросы при защите отчета по практике:

1. Каковы назначение, цели деятельности предприятия (организации), в котором проходила практика?
2. На основании каких учредительных документов функционирует данное предприятие?
3. Какими основными нормативно-правовыми актами руководствуется в осуществлении финансовой деятельности данное предприятие?
4. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики?
5. Какие знания, умения и навыки были приобретены или развиты в результате прохождения практики?
6. Каковы результаты проведенного анализа деятельности предприятия?
7. Какие сильные и слабые стороны деятельности предприятия были выявлены в ходе прохождения практики?
8. Какие проблемы были изучены в ходе прохождения практики в соответствии с заявленной темой выпускной квалификационной работы?

9. Какие имеются предложения по совершенствованию деятельности предприятия?

Шкала оценивания

Зачтено с оценкой «***отлично***» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне все виды работ, предусмотренных программой практики, проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, в установленные сроки представил качественный и аккуратно оформленный отчет, успешно защитил его перед комиссией, глубоко и развернуто ответил на все вопросы и продемонстрировал как успешное овладение компетенциями, перечисленными в программе практики, так и знания в области недвижимости.

Зачтено с оценкой «***хорошо***» ставится студенту, который полностью выполнил весь намеченный объем практики, но не проявил инициативу, допустил технические погрешности и неточности в оформлении отчета, успешно защитил его перед комиссией, ответил на все вопросы, продемонстрировал успешное овладение компетенциями, перечисленными в программе практики.

Зачтено с оценкой «***удовлетворительно***» ставится студенту, который выполнил программу практики, но не проявил глубоких теоретических знаний и умений применять их на практике, допустил ошибки в оформлении отчета, а при его защите не смог ответить на все вопросы комиссии, не в полной мере овладел профессиональными компетенциями.

Не зачтено «***неудовлетворительно***» ставится студенту, который не выполнил программу практики и не представил на проверку в установленный срок отчетную документацию. В этом случае студент считается имеющим академическую задолженность и обязан повторно пройти практику в порядке, установленном выпускающей кафедрой.

Индивидуальные задания для практики:

1. Изучение информации, касающейся организации системы маркетинга (планирование контроль маркетинга, взаимодействие с другими службами предприятия (производственной, финансовой, сбытовой, информационной, кадровой).
2. Изучение деятельности службы маркетинга (организационная структура предприятия, место маркетинговой службы в организационной структуре, функции службы маркетинга, должностные обязанности сотрудников службы маркетинга).
3. Изучение и анализ основных показателей рынка (емкость, конъюнктура, конкурентная среда); изучение потребителей продукции предприятия (социально-демографическая характеристика, предпочтения и пр.), STP (сегментирование, третирование, позиционирование), разработка стратегических и оперативных планов.
4. Изучение и анализ продуктовой политики предприятия (оценка конкурентоспособности предприятия, разработка и вывод новой продукции, развитие бренда, совершенствование упаковки, сервисное обслуживание).
5. Изучение и анализ ценовой политики предприятия (с ориентацией на затраты, состояние спроса, конкурентной среды).
6. Изучение и анализ каналов распределения (выбор каналов распределения продукции, торговых передников, методов продажи (прямые продажи, персональные продажи, интернет-продажи, омниканальные продажи).
7. Изучение и анализ коммуникативной политики предприятия (проведение ATL, BTL, PR-мероприятий); формирование программы лояльности; формирование имиджа / бренда предприятия; бюджета рекламной кампании.

8. Изучение маркетинговой документации (планы/программы маркетинга, бюджет маркетинга, проекты отчетных/прогнозных документов, касающихся маркетинговой деятельности).
9. На основании анализа информации об организации маркетинговой деятельности на предприятии сформировать отчет, включающий принципы и порядок организации маркетинга на предприятии в соответствии с уровнем управления маркетингом и техническим заданием на производственную практику (практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).