

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА

Утверждено
на заседании Совета факультета экономики
торговли и товароведения
протокол № _____ от «__» _____ 201__ г.
Председатель совета
И.В. Денисов



ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ ТОРГОВЛИ И ТОВАРОВЕДЕНИЯ

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
Б5.П. ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

Разработана на основе документации, переданной из ФГБОУ ВПО РГТЭУ в результате реорганизации в форме присоединения к ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в соответствии с приказом Министерства образования и науки № 1075 от 20.12.2012г.

Направление подготовки 100700-ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Профиль подготовки МАРКЕТИНГ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Квалификация (степень) выпускника БАКАЛАВР

МОСКВА – 201__

СОСТАВИТЕЛИ: Парамонова Т.Н., зав. кафедрой технологий и
управления продажами, д.э.н., профессор
Зинцова М.В., к.э.н., доц.

РЕЦЕНЗЕНТЫ: К.Э.Н. ПРОФЕССОР КРАСЮК ИРИНА НИКОЛАЕВНА
ФГБОУ ВПО «МЭСИ»
К.Т.Н., ДОЦЕНТ КАЛАЧЕВ СЕРГЕЙ ЛЬВОВИЧ
ФГБОУ ВПО «РЭУ ИМ. Г.В.ПЛЕХАНОВА»

Преддипломная практика входит в обязательный раздел «Б.5. Учебная и производственная практики» ФГОС ВПО по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело», профилю «Маркетинг в торговой деятельности», (квалификация) степень «бакалавр») и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Преддипломная практика определена ООП вуза в количестве 6 зачетных единиц, длительностью прохождения 4 недель: для очной формы обучения в 8 семестре, для очно-заочной формы обучения в 10 семестре. Цели и задачи, формы проведения и отчетности сформулированы в программе преддипломной практики.

Преддипломная практика проводится в сторонних организациях по профилю подготовки бакалавров.

При проведении аттестации по итогам практики выявляются сформированные общекультурные и профессиональные компетенции. Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты выполненной работы: по преддипломной практике - на основании отзыва-характеристики с места практики, дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики, а также на основании представления в комиссию по защите практики.

По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка (зачет).

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 100700.62 – «Торговое дело»

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Технологий и управления
продажами,

протокол № 2 от «24» сентября 2013 г.

Заведующий кафедрой




(подпись)

Т.Н. Парамонова

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры технологий и управления продажами,
протокол № 2 от «24» сентября 2013 г.

Заведующий кафедрой




(подпись)

Парамонова Т. Н.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета экономики торговли и товароведения,
протокол № 6 от «25» февраля 2014 г.

Председатель




(подпись)

Денисов И. В.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры технологий и управления продажами,
протокол № 10 от «16» мая 2014 г.

Заведующий кафедрой



(подпись)

Парамонова Т. Н.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета экономики торговли и товароведения,
протокол № 1 от «30» мая 2014 г.

Председатель



(подпись)

Денисов И. В.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры технологий и управления продажами,
протокол № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

(подпись)

Парамонова Т. Н.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета экономики торговли и товароведения,
протокол № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Председатель

(подпись)

Денисов И. В.
(Ф.И.О.)

1. ЦЕЛИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Цель преддипломной практики – закрепить теоретические знания, полученные студентами за время обучения в РЭУ им. Г.В.Плеханова, сформировать умения применять их в профессиональной деятельности, а также необходимые общекультурные и профессиональные компетенции.

2. ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В задачи преддипломной практики входят:

изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;

участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;

изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствующем занимаемом рабочем месте;

участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;

сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;

критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам. При этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;

разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия;

получение положительной аттестации от руководства организации с целью дальнейшего устройства на работу.

3. МЕСТО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Преддипломная практика входит в раздел « Б.5. Учебная и производственная практики» ФГОС – ВПО по направлению подготовки 100700 «Торговое дело».

Преддипломная практика является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом. Практика выпускников осуществляется на функциональных рабочих местах в соответствии со специализацией и квалификацией бакалавра. Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за её организацию и проведение.

Прохождение преддипломной практики базируется на освоении следующих дисциплин: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Логистика», «Менеджмент», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Рекламная деятельность», «Управление маркетингом», «Маркетинговые исследования», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Маркетинг предприятий различных видов деятельности», «Маркетинг торгового предприятия», «Мерчандайзинг и реклама в местах продаж», «Поведение потребителей», «Брендинг» и учебной практики.

Требования к «входным» знаниям, умениям и компетенциям студента, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ООП и необходимым при освоении программы преддипломной практики:

Студент должен **знать** и **уметь** применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических, естественных, правовых и технологических дисциплин в маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Студент должен **владеть**: основными теоретическими понятиями предшествующих дисциплин, экономическими, статистическими и управленческими методами, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.

4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Производственная (преддипломная) практика проводится в форме профессиональной деятельности студентов на функциональных рабочих местах в соответствии с профилем подготовки на предприятиях торговли разных форм собственности.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В качестве баз преддипломной практики выбираются предприятия отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки студента и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Местом прохождения практики могут быть различные организации, занимающиеся маркетинговой деятельностью на рынке товаров и услуг, а также центры и НИИ, проводящие маркетинговые исследования по заказу предприятия.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого деканатом перечня таких организаций или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия на проведение практики с указанием названия предприятия, его адреса, телефона для осуществления контроля со стороны института. Выбор места прохождения преддипломной практики согласуется с научным руководителем выпускной квалификационной работы для последующего получения от него индивидуального задания. Главным условием выбора места прохождения практики является то обстоятельство, что объектами будущей профессиональной деятельности должны быть: предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общества), некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности. На период практики студент может быть зачислен на вакантную должность в соответствии с заданием по практике.

Преддипломная практика студентов проводится на предприятиях в сроки, установленные графиком учебного процесса.

Трудоёмкость производственной (преддипломной) практики – 6 зачетных единиц 216 часа.

6. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В результате прохождения данной преддипломной практики студент должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции:

а) общекультурные (ОК):

владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2); готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; способность проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину (ОК-3);

способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовность нести за них ответственность (ОК-4); осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией ОК-8);

б) профессиональные компетенции (ПК):

общепрофессиональными:

способность применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением 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);

торгово-технологическая деятельность:

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);

способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери ПК-5;

готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);

способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-7)

организационно-управленческая деятельность:

способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев (ПК-9);

способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-10);

способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью (ПК-11);

готовность работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления (ПК-12);

способность обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами (ПК-13);

логистическая деятельность:

готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15);

научно-исследовательская деятельность:

способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-16).

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц 216 часа, продолжительность - 4 недели: для очной формы обучения – в 8 семестре, для очно-заочной формы обучения – в 10 семестре.

№ п/п	Этапы практики	Виды производственной работы на практике, включая самостоятельную работу	Формы текущего контроля
-------	----------------	--	-------------------------

		студентов и трудоемкость (в часах)			
1	Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности, консультацию по организации производственной (преддипломной практики)	12			
2	Производственная (преддипломная) практика, включающая выполнение производственных заданий, сбор, обработку и систематизацию фактического материала, наблюдения, измерения и другие выполняемые студентом самостоятельно виды работ	186			Собеседование, проверка дневников, оценка выполнения текущих заданий
3	Подготовка отчета по практике			12	Проверка отчета
4	Защита отчета по практике			6	Дифференцированный зачет

8. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ

В ходе практики студенты используют навыки конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Преддипломная практика осуществляется в соответствии с задачами профессиональной деятельности маркетолога.

В процессе прохождения преддипломной практики студент - маркетолог изучает следующие вопросы деятельности предприятия в соответствии с полученной подготовкой и функциональными обязанностями на занимаемом рабочем месте:

анализирует рыночную ситуацию и выявляет факторы, обеспечивающие конкурентоспособность предприятия на рынке;

исследует эффективность маркетинговой деятельности предприятия в отношении товарной политики, ценообразования, коммуникативной политики, а также анализирует сбытовую деятельность предприятия;

изучает и анализирует структуру управления предприятием и места службы маркетинга на предприятии;

при прохождении практики в центрах маркетинговых исследований студенты принимают участие в проводимых исследованиях, обработке данных и составлении отчетов по заданию руководителя практики.

Основное внимание практикант должен уделить:

наблюдению и освоению методов, технологии работы, профессиональных приемов, используемых специалистами - маркетологами;

разработке предложений по совершенствованию работы подразделения (предприятия) в целом.

Содержание преддипломной практики

1) Общая характеристика предприятия.

История его создания и развития, миссия, основные цели и перспективные направления развития, организационно-правовая форма собственности; организационная структура управления и состав основных функциональных служб; характеристика основных направлений деятельности и показатели результатов хозяйственной деятельности; ассортимент товаров и услуг, целевые рынки предприятия; численность работающего персонала; общая характеристика потребителя и другие отличительные признаки.

2) Внешняя среда предприятия

Особенности внешней среды; характеристика основных поставщиков товаров, главных конкурентов с учетом их сильных и слабых сторон деятельности в отношении товаров, цены, каналов сбыта и продвижения товаров на рынках; потребителей товаров (услуг).

3) Служба маркетинга.

Функции, направления деятельности и решаемые задачи; примеры выполненных исследований и полученных результатов; аналитические обзоры (если они есть), связанные с изучением внешней среды, конкуренции, рынка в целом, и в частности, потребительского рынка, сильных и слабых сторон предприятия.

4) Основные направления маркетинговой деятельности предприятия.

Опыт изучения рынка (сегмента рынка) товаров (услуг) специалистами предприятия, применяемые методы и их эффективность; применение маркетинга, его концепций, состояние информационного обеспечения; анализ ассортимента предлагаемых товаров; опыт составления конъюнктурных отчетов; ценовая политика предприятия по конкретным товарам (услугам); политика распределения предприятия; организация обслуживания покупателей; рекламная деятельность по товарам (услугам) своего ассортимента; система стимулирования сбыта; анализ деятельности персонала предприятия в области управления маркетингом; оценка конкурентоспособности товара и фирмы.

5) Сбор материалов для выполнения выпускной квалификационной работы.

Практические материалы по определению рыночного сегмента, товарного ассортимента, стратегий ценообразования, формированию коммуникативной политики, управлению торговым предприятием и другие, оформляются в виде таблиц, графиков, рисунков, анализируются и используются для написания выпускной квалификационной работы.

В отдельных случаях структура отчета может быть изменена в соответствии с индивидуальным заданием, полученным от руководителя практики от университета.

Обеспечивая защиту информации, студентам не следует приводить в отчете сведения, относящиеся к разделу коммерческой тайны торгового предприятия.

Требования к отчету по преддипломной практике

В отчете о преддипломной практике содержатся результаты проделанной студентами самостоятельной работы с приложением необходимых данных и расчетов, а также выводы и предложения по улучшению работы базового предприятия и его маркетинговой службы.

Отчет состоит из двух частей. В первой содержатся общие сведения о базовом предприятии, его организационной структуре и органах управления, направлениях деятельности, положении на рынке, структуре и функциях финансовой службы, а также цели и задачи производственной практики.

Во второй части приводятся результаты по заданиям практики в соответствии с календарно-тематическим планом, включая необходимые расчеты и таблицы и исходные данные к ним, оформленные в виде приложений.

Завершают отчет выводы и предложения. Отчет проверяется и визируется руководителем практики от предприятия.

Отчет по практике излагается грамотно, кратко и четко, логически последовательно. Объем работы должен составлять 35-40 страниц (не более) машинописного текста (14 шрифтом через полтора интервала). Количество страниц дополнительных приложений к работе (рекламные листки, документы и т.д.) не ограничивается. Количество строк на одной странице должно составлять 28-30, а число знаков в строке - 57-60 с учетом интервалов.

Отчет по практике должен быть представлен на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А-4 размером 21х30. Каждая страница работы должна иметь поля: левое, правое, верхнее, нижнее (соответственно размером не менее 30, 10, 15 и 20 мм). Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа (номер страницы на нем не проставляется). Цифра, соответствующая порядковому номеру страницы, проставляется в середине верхнего поля между знаками “тире” или в правом верхнем углу страницы.

Страницы с иллюстративным материалом - рисунками, схемами, диаграммами, таблицами и т.д. - включаются в общую нумерацию.

Формулы должны быть вписаны в текст разборчиво, обязательно черными чернилами или тушью. Прописные и строчные буквы, надстрочные и подстрочные индексы в формулах должны обозначаться четко. Размеры знаков для формул рекомендуются следующие: прописные буквы - 7-8 мм; строчные - 4 мм; показатели степени и индексы - не менее 2 мм.

Требования к оформлению табличного материала:

- цифровой материал, используемый в работе, желателен приводить в виде таблиц, включаемых в основную часть работы или в приложение;

- таблицы, входящие в основной текст работы, должны иметь сплошную порядковую нумерацию, в тексте делаются ссылки на таблицу;

- таблица должна иметь название, отражающее ее содержание, которое помещается над таблицей;

- в работе может быть приведена таблица, заимствованная из отчета предприятия;

- помещенные в работе рисунки и схемы должны иметь свою порядковую нумерацию, причем номер рисунка и его название помещаются под рисунком.

Графики, рисунки и схемы выполняются черной тушью, чернилами или черной шариковой ручкой (в том случае, если нет компьютерного набора).

10. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

По итогам практики студент представляет руководителю для проверки следующую отчетную документацию:

- отчет о прохождении преддипломной практики;

- отзыв-характеристика руководителя практики от базового предприятия, заверенный печатью;

- график и календарно-тематический план производственной практики.

Отчет, допущенный к защите руководителем практики от университета, защищается в комиссии, состоящей из двух преподавателей кафедры "Технологии и управление продажами".

К защите допускаются студенты, полностью выполнившие программу практики, своевременно представившие отчет по установленной форме. Срок защиты отчета по производственной практике – в течение 5 дней после окончания срока практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по производственной (преддипломной) практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к сдаче итогового междисциплинарного экзамена и защите выпускной квалификационной работы.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

а) основная литература:

1. Маркетинг. Учебник./Колл. авторов под ред. проф. Парамоновой Т.Н, – М.: КНОРУС, 2008.

2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник для вузов. – СПб: Питер, 2010.

б) дополнительная литература:

1. Голубков В.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. Учебник. – АМ.: Финпресс, 2008.

2. Капон Н., Колчанов В.Б., Макхалберт Д. Управление маркетингом: учебник для вузов. – СПб, Питер, 2010.
 3. Матанцев А.Н. Маркетинговый анализ: настольная книга маркетолога. – М: Альфа-Пресс, 2007.
 4. Соловьев Б.А. Маркетинг. Учебник. – М.: Инфра-М, 2009.
 5. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследования в России», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир».
- в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

WWW.ADWERTOLOGY.RU

WWW.E-EXECUTIVE.RU/WORKSHOP

WWW.MARKETING.RU

WWW.TACISINFARU/RU/CASE

WWW.RECTECH.RU

WWW.SOSTAV.RU

WWW.4P.RU

WWW.MARKETINGANDRESEARCH.RU

WWW.PCWEEK.RU

WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN_SIZE.PDF

WWW.CFIN.RU

WWW.DIS.RU/IM/MARKETING

WWW.MARKETING.SPB.RU

WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN_OPTIMIZE.PDF

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения преддипломной практики соответствующее подразделение оснащается техническими средствами, необходимыми для выполнения целей и задач практики: стационарными компьютерами с периферией (принтерами, сканерами, программным обеспечением).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению «Торговое дело» и профилю подготовки «Маркетинг в торговой деятельности» (степень – бакалавр).