

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.У. УЧЕБНАЯ 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\_\_г.

**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»

Учебная практика входит в обязательный раздел «Б.5. Практики, НИР» 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.

Учебная практика определена ООП вуза в количестве 3 зачетных единиц, длительностью прохождения 2 недели. Цели и задачи, формы проведения и отчетности сформулированы в программе учебной практики.

Учебная практика проводится в сторонних организациях или на кафедрах и в специализированных аудиториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

При проведении аттестации по итогам практики выявляются сформированные общекультурные и профессиональные компетенции. Аттестация по итогам учебной практики проводится в форме защиты выполненной работы на основании отчета студентов.

По результатам аттестации выставляется дифференцированный зачет.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить обучающимся:

изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию о достижениях отечественной и зарубежной науки, и техники в соответствующей области знаний;

участвовать в проведении научных исследований или выполнении организационных и технических разработок;

осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-технической информации по теме (заданию);

составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);

выступить с докладом на конференции.

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 «27» сентября 2013 г.

Заведующий кафедрой

Т.Н. Пармонова  
(подпись)

Пармонова Т. Н.  
(Ф.И.О.)

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

Председатель

И.В. Денисов  
(подпись)

Денисов И. В.

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

Заведующий кафедрой

Т.Н. Пармонова  
(подпись)

Пармонова Т. Н.  
(Ф.И.О.)

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

Председатель

И.В. Денисов  
(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)

Пармонова 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Основной целью учебной практики студентов является знакомство студентов с действующими предприятиями торговли (любой формы собственности) и анализом их маркетинговой деятельности.

## 2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

В задачи учебной практики входят:

дать студентам возможность получить представление о структуре управления торговым предприятием; его функциональных подразделениях, в частности, о работе службы маркетинга;

дать студентам возможность получить представление об основных поставщиках товаров; конкурентах предприятия; покупателях; ассортименте предлагаемых товаров и т.д. Студенты должны ознакомиться с основными направлениями деятельности торговых предприятий и оценить уровень их маркетинговой ориентации.

## 3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Учебная практика входит в раздел « Б.5. Практики, НИР» ФГОС – ВПО по направлению подготовки 100700 «Торговое дело».

Учебная практика является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом.

Прохождение учебной практики базируется на освоении следующих дисциплин: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Логистика», «Менеджмент», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Рекламная деятельность», «Маркетинг предприятий различных видов деятельности», «Маркетинг торгового предприятия», «Поведение потребителей»..

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

Студент должен **знать** элементы маркетинговой деятельности торгового предприятия и **уметь** оценивать состояние 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Практика может быть организована в виде ознакомительных экскурсий на предприятия торговли различных форм собственности, работа на рабочих местах. Кроме того, возможно проведение занятий в ассортиментном кабинете; посещение тематических выставок и ярмарок, маркетинговых агентств; проведение полевых и кабинетных маркетинговых исследований по научным тематикам кафедр, а также прослушивание лекций специалистов-практиков в университете

## 5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Местом прохождения учебной практики являются предприятия торговли: крупные супер- и гипермаркеты, специализированные магазины, дискаунты, торговые центры и другие предприятия торговли. Объекты учебной практики и списки студентов определяет деканат совместно с выпускающей кафедрой. Срок прохождения практики: 2 недели 3 зачетных единиц: для очной формы обучения в 6 семестре, для очно-заочной формы обучения в 8 семестре.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого деканатом перечня 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 ВУЗа.

## **6. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

### ***а) общекультурные (ОК):***

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

умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью 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);

осознанием сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8).

### ***б) профессиональные компетенциями (ПК):***

#### ***общепрофессиональными:***

способностью 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);

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

готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления (ПК-12).

## **7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачетных единиц 108 часа, продолжительность - 2 недели.

| № п/п | Этапы практики   | Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |    |  |  | Формы текущего контроля  |
|-------|--|--|----|--|--|--|
|       |  |  |    |  |  |  |
| 1     | Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности, консультацию по организации учебной практики   | 6  |    |  |  |  |
| 2     | Учебная практика, включающая выполнение заданий, сбор, обработку и систематизацию фактического материала, наблюдения, измерения и другие выполняемые студентом |  | 90 |  |  | Собеседование, проверка дневников, оценка выполнения текущих заданий |

|   |                               |  |  |   |   |                          |
|---|-------------------------------|--|--|---|---|--------------------------|
|   | самостоятельно виды работ     |  |  |   |   |                          |
| 3 | Подготовка отчета по практике |  |  | 6 |   | Проверка отчета          |
| 4 | Защита отчета по практике     |  |  |   | 6 | Дифференцированный зачет |

## **8. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА УЧЕБНОЙ 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

Содержание учебной практики определяется индивидуальным планом работы студента, предложенным руководителем практики. В случае прохождения практики в торговом предприятии студент должен ознакомиться с деятельностью предприятия по следующим направлениям:

- основной сегмент рынка розничного торгового предприятия;
- организационно-правовая форма;
- специализация;
- структура управления предприятием;
- служба маркетинга: задачи, функции и направления деятельности;
- основные поставщики предприятия (зарубежные, отечественные, их соотношение);
- основная номенклатура предлагаемых товаров, широта и глубина их торгового ассортимента;
- главные конкуренты предприятия на существующем сегменте рынка;
- основные потребители товаров, их характеристика;
- ценовая политика предприятия;
- система обслуживания потребителей;
- маркетинговые коммуникации предприятия;

При написании отчета по практике по данным вопросам должен быть представлен обстоятельный письменный анализ.

### **Требования к оформлению отчета по учебной практике**

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.

Требования к оформлению табличного материала:

- цифровой материал, используемый в работе, желательно 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

- отчет о прохождении учебной практики;
- отзыв-характеристика руководителя практики от базового предприятия, заверенный печатью;
- график и календарно-тематический план учебной 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 учебной практике – в течение 5 дней после окончания срока практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по учебной практике, считаются не выполнившими учебный план и не переводятся на следующий курс.

## **11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

а) основная литература:

1. Маркетинг. Учебник./Колл. Авторы 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. – М.: 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](http://WWW.ADWERTOLOGY.RU)

[WWW.E-XECUTIVE.RU/WORKSHOP](http://WWW.E-XECUTIVE.RU/WORKSHOP)

[WWW.MARKETING.RU](http://WWW.MARKETING.RU)

[WWW.TACISINFARU/RU/CASE](http://WWW.TACISINFARU/RU/CASE)

[WWW.RECTECH.RU](http://WWW.RECTECH.RU)

[WWW.SOSTAV.RU](http://WWW.SOSTAV.RU)

[WWW.4P.RU](http://WWW.4P.RU)

[WWW.MARKETINGANDRESEARCH.RU](http://WWW.MARKETINGANDRESEARCH.RU)

[WWW.PCWEEK.RU](http://WWW.PCWEEK.RU)

[WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN\\_SIZE.PDF](http://WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN_SIZE.PDF)

[WWW.CFIN.RU](http://WWW.CFIN.RU)

[WWW.DIS.RU/IM/MARKETING](http://WWW.DIS.RU/IM/MARKETING)

[WWW.MARKETING.SPB.RU](http://WWW.MARKETING.SPB.RU)

[WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN\\_OPTIMIZE.PDF](http://WWW.CFIN.RU/MARKETING/BAIN_OPTIMIZE.PDF)

## **12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Для проведения учебной 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).