

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК

направление подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

профиль *Маркетинг в торговой деятельности*

Наименование	Учебная практика
Виды (типы), формы и способы проведения практики	<p>Учебная практика включает в себя кабинетные и полевые маркетинговые исследования. В ходе практики студенты работают с научной, справочной, статистической и методической литературой по специальности, конспектируют материалы в соответствии с программой и заданием руководителя, собирают и обрабатывают практический материал, на основе анализа которого составляют маркетинговый бизнес-план и формируют тезисы докладов.</p> <p>Способы проведения практики (полевые и кабинетные исследования).</p>
Компетенции	<p>ОК-2 - способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;</p> <p>ОК-3 - способность к коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОК-4 - способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>ОК-5 - способность к самоорганизации и самообразованию;</p> <p>ОК-9 - владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.</p> <p>ОПК-1 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>ОПК-3 - умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;</p> <p>ОПК- 4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью; применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией;</p> <p>ОПК-5 - готовность работать с технической документацией, необходимой для маркетинговой и рекламной деятельности и проверять правильность ее оформления.</p> <p>ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;</p> <p>ПК-10 - способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-11 - способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области маркетинговой и рекламной деятельности.</p>
Краткое содержание	I Подготовительный этап; II Исследовательский этап (Тема 1. Тренинги. Тема 2. Решение бизнес-кейсов по маркетингу. Тема 3. Научно-исследовательская работа); III Заключительный этап.
Трудоемкость	(35 ч./2 недели)
Форма промежуточной аттестации	Защита отчета практики