

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа практики,  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
38.03.06 Торговое дело,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Производственная практика**

**Торгово-экономическая практика**

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Маркетинг

Форма обучения: Очная

Рабочая программа практики в виде электронного  
документа выгружена из единой корпоративной  
информационной системы управления университетом и  
соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья  
Петровна  
Дата: 12.05.2022

## 1. Общие сведения о практике.

Целями производственной практики (торгово-экономическая практика) являются:

- Способность предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;
- способность исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- способность планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Торгово-экономическая практика предназначена для осуществления профессиональной деятельности по направленности (профилю) образовательной программы.

Задачами производственной практики (торгово-технологической) являются:

практическое применение знаний по планированию, организации и проведению маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга

- развитие навыков исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг

развитие навыков обоснования целесообразности принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

## 2. Способ проведения практики:

стационарная и (или) выездная

## 3. Форма проведения практики.

Практика проводится в форме практической подготовки.

При проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4. Организация практики.

Практика может быть организована:

- непосредственно в РУТ (МИИТ), в том числе в структурном подразделении РУТ (МИИТ);
- в организации, осуществляющей деятельность по профилю образовательной программы (далее - профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, на основании договора, заключаемого между РУТ (МИИТ) и профильной организацией.

#### 5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики.

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения при прохождении практики:

**ОПК-4** - Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

**ПК-1** - Способен исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг;

**ПК-2** - Способен планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Обучение при прохождении практики предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

**Знать:** Принципы применения инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов;

**Уметь:** планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

**Владеть:** навыками исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа  
навыками формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов, навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг

## 6. Объем практики.

Объем практики составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

## 7. Содержание практики.

Обучающиеся в период прохождения практики выполняют индивидуальные задания руководителя практики.

№ п/п	Краткое содержание
1	Этап 1: Подготовительный  - посещение организационно-ознакомительной лекции; - получение и усвоение индивидуального задания по практике; - усвоение обязанностей, правил поведения, режима прохождения практики и функциональных обязанностей.
2	Этап 2: Основной  - выполнение задания; - поиск информации по обозначенной проблематике; - систематизация фактического, аналитического материала; - исследование рынка с использованием инструментария экономического анализа - вдумчивый анализ найденного материала (литературного, статистического, нормативно-правового и иного).
3	Этап 3: Аналитический и отчетный  - обработка и статистический анализ данных в рамках компании или структурного подразделения; - подготовка и формирование отчета по практике; - представление отчета по практике; - осуществление защиты отчета по практике; - получение зачета с оценкой.

8. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при прохождении практики.

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с.	Электронная библиотека Юрайт: Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/489171">https://urait.ru/bcode/489171</a> (дата обращения: 05.04.2022).
2	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В.	Электронная библиотека Юрайт: Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/490035">https://urait.ru/bcode/490035</a>

	Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с	(дата обращения: 05.04.2022).
3	Организация самостоятельной работы студента : учебное пособие для вузов Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина Учебное пособие Юрайт , 2020	Электронная библиотека Юрайт: Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/452858">https://urait.ru/bcode/452858</a> (дата обращения: 02/02.2021). Текст: электронный

9. Форма промежуточной аттестации: Дифференцированный зачет в 8 семестре

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы

Доцент, к.н. кафедры «Экономика и  
управление на транспорте»

Аникеева-Науменко  
Любовь Олеговна

Лист согласования

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян