

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович

Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет

Дата подписания: 19.09.2022 11:14:35

Уникальный программный ключ:

528682d78e671e566ab07f01fe1ba214d73a12

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова»

Аннотации к рабочим программам практик

по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

направленность (профиль)

«Маркетинг и рыночная аналитика в АПК»

Очно-заочная форма обучения

2022 год поступления

Саратов 2022

Аннотация практики «Ознакомительная практика»

1. Общая трудоемкость практики: 6 зачетных единиц, 4 недели.

2. Цель практики: приобретение у обучающихся навыков определения круга задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

3. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы: часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 2.

4. Способы и формы проведения практики: дискретная, стационарная и выездная, групповая и индивидуальная.

5. Место и время проведения практики: ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ, учебно-научно-производственные комплексы университета, профильные организации и предприятия, с которыми заключены двусторонние договоры на проведение практики обучающихся; в соответствии с календарным учебным графиком – 42-43 неделя 2 семестр и 43-44 неделя 4 семестр.

6. Требования к результатам освоения дисциплины

Практика направлена на формирование у обучающихся универсальных компетенций: «способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений» (УК-2); «способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде» (УК-3); «способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)» (УК-4), «способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни» (УК-6) и профессиональной компетенции: «способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятий АПК» (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен достичь следующих образовательных результатов:

- УК- 2.1 - Определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирает оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

- УК-3.2 - Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;

- УК – 4.3 - Выстраивает эффективные межличностные коммуникации с коллегами и деловыми партнерами;

- УК-6.1 - Планирует и осуществляет саморазвитие на основе принципов образования при работе в малых группах с использованием законов психологии;

- ПК – 1.3 - Анализирует рыночную информацию, конъюнктуру товарного рынка, оценивает новые рыночные возможности развития предприятий агробизнеса с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.

7. Структура и содержание практики: инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового распорядка. Ознакомление с программой и задачами; получение и согласование индивидуального или группового задания; изучение структуры управления, организационной структуры, изучение методов управленческой деятельности, функций менеджмента; изучение и анализ уставных и учредительных документов; обработка и

систематизация фактического материала. обработка и анализ полученной информации, подготовка дневника по ознакомительной практике.

8. Формы контроля: зачет – 2,4 семестр.

Аннотация практики «Торгово-экономическая практика»

1. Общая трудоемкость практики: 6 зачетных единиц, 4 недели.

2. Цель практики: приобретение практических навыков анализа показателей конкурентоспособности предприятий АПК и проведения маркетингового исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей с использованием инструментов комплекса маркетинга и разработки и реализации маркетинговых мероприятий по модернизации производственных технологий и освоению инновационных видов продукции и услуг.

3. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы: часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 2.

4. Способы и формы проведения практики: дискретная, стационарная и выездная, групповая и индивидуальная.

5. Место и время проведения практики: на базе учебно-научно-производственных комплексов ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ, профильных организаций преимущественно Саратовской области (в т.ч. агропромышленный комплекс), на основании заключенных двусторонних договоров на проведение практики обучающихся; в соответствии с календарным учебным графиком – 42-45 недели 6 семестр.

6 Требования к результатам освоения практики.

Практика направлена на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: «способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятий АПК» (ПК-1); «способен к проведению маркетингового исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей с использованием инструментов комплекса маркетинга, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка» (ПК-2); «способен к проведению маркетингового исследования с использованием программного обеспечения для изучения конъюнктуры товарного рынка» (ПК-3); «способен организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров» (ПК-4); «способен участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы» (ПК-5); «способен разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинговой деятельности предприятия, исходя из конкретных условий рынка, инструментов комплекса маркетинга и стратегических целей предприятий АПК» (ПК-6); «способен работать в коллективе, выстраивать эффективные коммуникации с коллегами и руководством, обеспечивать подразделения предприятий АПК квалифицированными кадрами, осуществлять их расстановку и мотивацию к профессиональному развитию и» (ПК-7); «способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые мероприятия по модернизации производственных технологий и освоению инновационных видов продукции и услуг, снижению рисков и повышению эффективности инвестиционной деятельности на основе анализа требований конъюнктуры аграрных рынков и современных достижений науки и техники» (ПК-8); «способен оценивать и прогнозировать эффективность результатов деятельности предприятия» (ПК-9).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен достичь следующих образовательных результатов:

- ПК - 1.1 - Анализирует стратегическую привлекательность рынков сбыта и конкурентоспособность предприятий АПК с использованием современных методов стратегического маркетинга;

- ПК–1.3 - Анализирует рыночную информацию, конъюнктуру товарного рынка, оценивает новые рыночные возможности развития предприятий агробизнеса с учетом имеющихся ресурсов и ограничений;

- ПК – 1.9 - Применяет и адаптирует наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач;

- ПК - 2.1 - Выявляет удовлетворение потребностей покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций;

- ПК - 2.2 - Изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

- ПК – 3.1 - Анализирует данные маркетинговых исследований исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей;

- ПК - 4.2 - Управляет продажами сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров;

- ПК - 4.7 - Организует продажи продовольственных товаров в розничной торговле;

- ПК - 5.1 - Участвует в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, управляет логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;

- ПК - 6.2 - Планирует и контролирует реализацию планов организации на основе методического инструментария управленческих решений;

- ПК – 7.1 - Умеет формировать эффективные коммуникации с коллегами и руководством на всех этапах производства и сбыта продукции;

- ПК - 8.1 - Организовывает внедрение технологических и продуктовых инноваций;

- ПК - 9.1 – Умеет рассчитать показатели экономической эффективности предприятия для принятия управленческих решений в реализации маркетинговой стратегии.

7. Структура и содержание практики: ознакомление с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового распорядка; получение индивидуального задания; анализ результатов производственно-финансовой деятельности организации; сбор, обработка и анализ информации методами, применяемыми в коммерческой деятельности, анализ и оценка коммерческой деятельности, товарных рынков, продвижения товаров от производителей до потребителей, разработку прогноза продаж товаров, конъюнктуры товарных рынков, номенклатуры товаров, проектирование номенклатуры товаров, процессов их продвижения и реализации на рынке, планирование коммерческой деятельности организации (предприятия), объемов закупки и продажи товаров, товарных запасов, разработка стратегии развития бизнеса; участие в организации и реализации проектов и планов в области коммерции, включая формирование товарного ассортимента; процедура выбора покупателей и поставщиков; расчёты за поставленный товар; управление товарными запасами и разработка системы торгового обслуживания, обработка и систематизация фактического материала, подготовка отчета и дневника по торгово-экономической практике.

8. Формы контроля: зачет – 6 семестр.

Аннотация практики «Преддипломная практика»

1. Общая трудоемкость практики: 6 зачетных единиц, 4 недели.

2. Цель практики: изучение обучающимися процесса управления и функционирования организаций, выбранных в качестве базы проведения преддипломной практики; сбор исходного материала для качественного выполнения выпускной квалификационной работы и подготовки ее практической части.

3. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы: часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 2.

4. Способы и формы проведения практики: дискретная, стационарная и выездная, групповая и индивидуальная.

5. Место и время проведения практики: на базе учебно-научно-производственных комплексов ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ, профильных организаций преимущественно Саратовской области (в т.ч. агропромышленный комплекс), на основании заключенных двусторонних договоров на проведение практики обучающихся; в соответствии с календарным учебным графиком – 42-45 недели 8 семестра.

6 Требования к результатам освоения практики.

Практика направлена на формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций профессиональных компетенций: «Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятий АПК» (ПК-1); «Способен к проведению маркетингового исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей с использованием инструментов комплекса маркетинга, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка» (ПК-2); «Способен к проведению маркетингового исследования с использованием программного обеспечения для изучения конъюнктуры товарного рынка» (ПК-3); «Способен организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров» (ПК-4); «Способен участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы» (ПК-5); «Способен разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинговой деятельности предприятия, исходя из конкретных условий рынка, инструментов комплекса маркетинга и стратегических целей предприятий АПК» (ПК-6); «Способен работать в коллективе, выстраивать эффективные коммуникации с коллегами и руководством, обеспечивать подразделения предприятий АПК квалифицированными кадрами, осуществлять их расстановку и мотивацию к профессиональному развитию и качественному труду» (ПК-7); «Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые мероприятия по модернизации производственных технологий и освоению инновационных видов продукции и услуг, снижению рисков и повышению эффективности инвестиционной деятельности на основе анализа требований конъюнктуры аграрных рынков и современных достижений науки и техники» (ПК-8); «Способен оценивать и прогнозировать эффективность результатов деятельности предприятия» (ПК-9).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен достичь следующих образовательных результатов:

- ПК - 1.1 - Анализирует стратегическую привлекательность рынков сбыта и конкурентоспособность предприятий АПК с использованием современных методов стратегического маркетинга;

- ПК – 1.9 - Применяет и адаптирует наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач;
- ПК - 2.2 - Изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- ПК-2.4 – Анализирует и прогнозирует конъюнктуру товарных рынков в АПК;
- ПК – 3.1 - Анализирует данные маркетинговых исследований исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей;
- ПК - 4.2 - Управляет продажами сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров;
- ПК - 5.1 - Участвует в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, управляет логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы;
- ПК - 6.1 Разрабатывает стратегический план производственной деятельности предприятия агробизнеса, стратегическую карту ключевых показателей его эффективности ;
- ПК - 6.2 - Планирует и контролирует реализацию планов организации на основе методического инструментария управленческих решений;
- ПК – 7.1 - Умеет формировать эффективные коммуникации с коллегами и руководством на всех этапах производства и сбыта продукции;
- ПК - 8.1 - Организовывает внедрение технологических и продуктовых инноваций;
- ПК - 8.2. Разрабатывает и реализовывает мероприятия по снижению рисков и повышению эффективности инвестиционной деятельности в агробизнесе с учетом требований конъюнктуры аграрных рынков и современных достижений науки и техники;
- ПК - 9.1 – Умеет рассчитать показатели экономической эффективности предприятия для принятия управленческих решений в реализации маркетинговой стратегии.

7. Структура и содержание практики: ознакомление с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового распорядка; получение индивидуального задания; изучение содержания современных аграрных технологий, ознакомление с технологическими регламентами, изучение технологической документации по отраслям предприятия, исследование организации работы структурных подразделений предприятия, изучение применяемых методов и технологий управления в организации, участие в проведении инструктажей, планерок, производственных совещаний, участие в планировании технологических процессов и операций, участие в оценке технологических процессов и операций, обсуждение результатов их проведения, изучение технологической документации, подготовка отчета по практике.

8. Формы контроля: зачет – 8 семестр.

Аннотация практики «Научно-исследовательская работа»

1. Общая трудоемкость практики: 3 зачетные единицы, 2 недели.

2. Цель практики: научно-исследовательской работы является формирование у обучающихся навыков проведения самостоятельной научно-исследовательской работы.

3. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы: часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 2.

4. Способы и формы проведения практики: дискретная, стационарная и выездная, индивидуальная.

5. Место и время проведения практики: на базе учебно-научно-производственных комплексов ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ, профильных организаций преимущественно Саратовской области (в т.ч. агропромышленный комплекс), на основании заключенных двусторонних договоров на проведение практики обучающихся; в соответствии с календарным учебным графиком – 13-15 недели 9 семестр.

6 Требования к результатам освоения практики.

Практика направлена на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: «Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач» (УК-1); «Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4); профессиональных компетенций: «Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятий АПК» (ПК-1); «Способен к проведению маркетингового исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей с использованием инструментов комплекса маркетинга, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка» (ПК-2); «Способен оценивать и прогнозировать эффективность результатов деятельности предприятия» (ПК-9).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен достичь следующих образовательных результатов:

- УК-1.1. - Осуществляет анализ рыночной информации для принятия решений о целесообразности ведения бизнеса);

- УК - 4.1 Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации;

- ПК – 1.3. Анализирует рыночную информацию, конъюнктуру товарного рынка, оценивает новые рыночные возможности развития предприятий агробизнеса с учетом имеющихся ресурсов и ограничений;

- ПК – 1.8 Осуществляет сбор, анализ и обработку данных мировой экономики; анализирует социально-экономические показатели современного состояния мировой экономики в целом и отдельных стран;

- ПК – 1.9 - Применяет и адаптирует наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач;

- ПК - 2.2 - Изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

- ПК 9.4. - Умеет правильно определять стоимость, полезность товара, применять способы и методы ценообразования в АПК и разрабатывать стратегические и текущие планы маркетинговой деятельности предприятия АПК.

7. Структура и содержание практики: ознакомление с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового

распорядка; получение индивидуального задания; консультация с руководителем производственной практики: составление индивидуального плана выполнения производственной практики: научно-исследовательской работы, оценка актуальности темы научно-исследовательской работы, проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий, осуществление научно-исследовательских работ в рамках темы исследования (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация экспериментальных и эмпирических данных). осуществление самостоятельного исследования по актуальной проблеме в рамках ВКР

8. Формы контроля: зачет – 9 семестр.