

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 07.07.2026 08:48:11
 Уникальный программный ключ:
 2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

АННОТАЦИИ ПРАКТИК,

реализуемых по направлению подготовки **38.04.06 «Торговое дело»**,
 профиль подготовки **«Цифровой маркетинг»**

АННОТАЦИЯ ПО УЧЕБНОЙ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ) ПРАКТИКЕ

Цель практики	получения первичных профессиональных умений, приобретение новых и закрепление уже полученных знаний в условиях деятельности реальных организаций.
Задачи практики	- закрепление приобретенных теоретических знаний и практических навыков по дисциплинам магистерской программы, изученным ранее; - ознакомление магистрантов с актуальными проблемами организации коммерческой деятельности в современных условиях; - приобретение навыков разработки альтернативных управленческих решений в сфере профессиональной деятельности и обоснования их выбора с учетом критериев экономической эффективности; - привитие ответственности за результаты своего труда, навыков самообразования и самосовершенствования, содействие активизации научно-исследовательской деятельности магистров.
В результате освоения учебной практики обучающийся должен	Знать: - методы анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной деятельности; - принципы организации макро- и микро- среды предприятия, используя методы критического анализа; - методы аналитической работы, связанные с финансовыми аспектами деятельности коммерческих и некоммерческих организаций; - план-график реализации проекта в области профессиональной деятельности. Уметь: - анализировать, обобщать и критически оценивать полученную информацию, выявлять перспективные направления развития в профессиональной деятельности; - применять методы сбора, обработки и анализа данных в профессиональной и исследовательской деятельности и анализировать полученные данные, необходимые для стратегического планирования торговых структур; - критически анализировать выявленные проблемные ситуации; - интерпретировать полученные результаты анализа; - предлагать и обосновывать собственные критерии результативности и эффективности деятельности хозяйствующих субъектов; - определить результат деятельности и планировать действия для достижения данного результата. Владеть:

	- навыками сбора информации как объекта продвижения бренда и увеличения сбыта; - навыками абстрактного мышления, критического анализа информации в области профессиональной деятельности; - навыками самостоятельного выдвижения гипотез при решении научно-исследовательских задач в области сбыта и продвижения товаров; разработки эффективных решений проблем, выработки стратегии и плана действий; - навыками применения методов аналитической работы при характеристике финансовых аспектов торговых структур; - навыками представления результатов анализа в текстовой, табличной и схематичной форме, подготовки презентации по результатам анализа.
--	---

АННОТАЦИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

Цель практики	получения первичных профессиональных умений, приобретение новых и закрепление уже полученных знаний в условиях деятельности реальных организаций.
Задачи практики	- закрепление приобретенных теоретических знаний и практических навыков по дисциплинам магистерской программы, изученным ранее; - ознакомление магистрантов с актуальными проблемами организации коммерческой деятельности в современных условиях; - приобретение навыков разработки альтернативных управленческих решений в сфере профессиональной деятельности и обоснования их выбора с учетом критериев экономической эффективности; - привитие ответственности за результаты своего труда, навыков самообразования и самосовершенствования, содействие активизации научно-исследовательской деятельности магистров.
В результате освоения производственной практики обучающийся должен	Знать: - основы исследований и анализа внешней и внутренней среды предприятия; - методы оптимизации и оценки эффективности бизнес-технологий; - основные тенденции развития регионального потребительского рынка; - научные методы исследования бизнес-технологий и конъюнктуры потребительского рынка; - тенденции развития науки в области коммерции; - этапы развития коммерческой деятельности в России и за рубежом; - методы обработки информации для осуществления научно-исследовательских работ; - принципы, средства и методы научно-исследовательской деятельности. Уметь:

	- использовать методы и модели маркетинговых исследований; - разрабатывать и проводить политику лояльности потребителей; - оптимизировать бизнес-технологии в хозяйственной деятельности предприятий торговли; - анализировать и оценивать информацию в области профессиональной деятельности; - осуществлять научно-исследовательскую деятельность в сфере коммерции; - оформлять и представлять результаты научно-исследовательской работы; - обрабатывать и анализировать информацию в области коммерческой деятельности предприятия для осуществления научно-исследовательских работ. Владеть: - способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; - способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности; - способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ.
--	---

АННОТАЦИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)

Цель практики	- формирование, закрепление развитие практических умений и компетенций области управления бизнес-процессами в экосистемах; – формирование у обучающихся навыков ведения самостоятельного научного исследования. Задачами практики являются: – формирование умения определять цель, задачи и составлять план исследования; – формирование знаний и умений по овладению методами и методиками научного познания, исходя из задач конкретного исследования; – формирование умения обрабатывать полученные результаты исследования, анализировать их и осмысливать; – сбор необходимых материалов для выполнения магистерской диссертации с привлечением современных информационных технологий; – изучение справочно-библиографических систем, способов поиска информации; – приобретение навыков работы с библиографическими справочниками, составления научно-библиографических списков, использования библиографического описания в научных работах;
---------------	--

	– работа с электронными базами данных отечественных и зарубежных библиотечных фондов; – обобщение и подготовка результатов научно-исследовательской деятельности магистранта для продолжения научных исследований в рамках системы послевузовского образования. – проведение исследований качества сырья, полуфабрикатов и готовых товаров; – представление итогов выполненной работы в виде отчетов, рефератов, статей и т.п.
Задачи практики	- закрепление приобретенных теоретических знаний и практических навыков по дисциплинам магистерской программы, изученным ранее; - ознакомление магистрантов с актуальными проблемами организации коммерческой деятельности в современных условиях; - приобретение навыков разработки альтернативных управленческих решений в сфере профессиональной деятельности и обоснования их выбора с учетом критериев экономической эффективности; - привитие ответственности за результаты своего труда, навыков самообразования и самосовершенствования, содействие активизации научно-исследовательской деятельности магистров.
В результате освоения производственной практики обучающийся должен	В результате освоения компетенций обучающийся должен: Знать: - основные методы анализа взаимодействия в команде; - основные современные технологии коммуникации различного типа; - принципы предоставления обратной связи; - методы и способы применения информационно-коммуникационных технологий для сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации в ситуациях академического и профессионального взаимодействия; - современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа; - современные методы оценки проблемных ситуаций в деятельности организаций; - современные методы разработки и обоснования организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости; - методы оценки эффективности организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды; - современные теории и модели проектного управления, передовые практики управления. Уметь:

	- поддерживать в команде атмосферу сотрудничества и достижения цели, показывая ценность вклада каждого участника; - предоставлять эффективную обратную связь участникам команды по промежуточным и конечным результатам работы; выявлять конфликты, возникающие в процессе командной работы, и конструктивно управлять ими; - использовать различные типы коммуникации для обеспечения эффективного взаимодействия участников команды; - использовать современные техники и методики сбора данных, методы их обработки и анализа; - анализировать, оценивать и находить решения проблемных организационно-управленческих ситуаций в деятельности организации; - оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений; - оценивать операционную и организационную эффективность принятия управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды; - применять современные теории и модели проектного управления, передовые практики управления при руководстве проектной и процессной деятельностью, использовать лидерские и коммуникативные навыки.
--	--

АННОТАЦИЯ ПО ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Цель практики	закрепление и углубление теоретических знаний студентов, получения ими профессиональных умений и опыта в сфере коммерческой деятельности.
Задачи практики	- изучение инструкций, методических указаний, нормативных документов, постановлений, действующих в настоящее время и регламентирующих работу фирмы, организации или предприятия; — исследование и анализ товарных рынков, в том числе анализ текущей коммерческой деятельности предприятий в условиях конкурентной среды; — анализ структуры управления предприятием с позиции эффективности его коммерческой деятельности; — изучение особенностей организации коммерческих сделок на рынке товаров и услуг; — прогнозирование и проектирование коммерческой деятельности предприятий; — изучение организации и технологии коммерческой деятельности, основных функций коммерческих подразделений; — изучение и анализ планирования закупок и сбыта продукции, а также формирование и проведение ассортиментной политики; — изучение материально-технического и кадрового

		обеспечения коммерческой деятельности предприятия; – оценка номенклатуры и качества товаров и услуг; – изучение механизма формирования затрат и ценообразования; – оценка социальной–экономической эффективности коммерческой деятельности; – изучение механизмов использования Интернет-технологий в организации; – анализ информационного обеспечения управления предприятием; – использование навыков аналитической и научно-исследовательской деятельности, подготовки аналитических отчетов и информационных обзоров для сбора материалов для написания ВКР; – использование методов и расширение опыта решения профессиональных задач с целью отражения результатов практики при написании ВКР.
В результате производственной обучающийся должен	освоения практики	Знать: -методы анализа и синтеза информации; принципы предоставления обратной связи; -методы и способы применения информационно-коммуникационных технологий для сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации в ситуациях академического и профессионального взаимодействия; современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа; -современные методы оценки проблемных ситуаций в деятельности организаций; -способы самостоятельного обучения и нахождения управленческих решений; -основные экономические законы, действующие в профессиональной деятельности, способы прогнозирования бизнес-процессов; -подходы к оценке рискованных ситуаций; -используемые системы закупки и продажи товаров, действующее законодательство и требования нормативных документов, применяемые инновационные приёмы закупок и продажи товаров; -способы прогнозирования бизнес-процессов; технологические процессы в торговле, способы регулирования процессов хранения и продажи товаров; -методологию анализа и оценки бизнес-среды при осуществлении торговой деятельности; -возможные стратегии развития и состояния конъюнктуры рынка, научные методы ее прогнозирования; -инновационные методы, средства и технологии в части прогрессивного развития торгового бизнеса; -сущность и значение проведения научных исследований в деятельности торгового бизнеса;

	-приёмы, применяемые при разработке проектов профессиональной деятельности, в том числе с использованием информационных технологий; -используемые методы проектирования, экспертизы и рекламы новых товаров и услуг, прогнозирования и проектирования ассортимента товаров, способы разработки бренд-технологий; основания для проведения экспертизы, средства и методы для её реализации. Уметь: -анализировать нестандартные ситуации, уметь принимать решения в них; -предоставлять эффективную обратную связь участникам команды по промежуточным и конечным результатам работы; -использовать современные техники и методики сбора данных, методы их обработки и анализа; анализировать, оценивать и находить решения проблемных организационно-управленческих ситуаций в деятельности организации; -оценивать социальную значимость предлагаемых организационно-управленческих решений; -анализировать факты и события, определять степень их влияния на развитие общества; -работать с компьютером как со средством управления информацией; -применять основные экономические законы в профессиональной деятельности, методы математического анализа, теоретического и экспериментального исследования; -прогнозировать бизнес-процессы, оценивать эффективность применяемых технологий; -анализировать и оценивать бизнес-среду, контролировать стратегию развития торгового бизнеса; -использовать методы моделирования применительно к тенденциям развития бизнес-процессов; -анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации торговли при складывающейся конъюнктуре; проводить исследования в сфере обращения; -использовать информационные технологии при разработке проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические); -применять инновационные идеи в практике проектирования, проведении экспертизы и рекламы товаров и услуг.
--	--