

**АННОТАЦИЯ
ПРОГРАММЫ ПРАКТИКА
ПО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ**

Семестр: 6

Количество часов: 108

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой

МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Обучающиеся очной формы выходят на практику в 6 семестре, обучающиеся заочной формы – на 5 курсе. Практика базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: Информатика, Математика, Логика, Бизнес-планирование, Статистика, Основы научных исследований, Методы научного исследования в профессиональной деятельности, Маркетинг, Коммерческая деятельность, Технологии исследования товарных рынков и прохождении практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Практика предшествует изучению дисциплин базовой / вариативной части ООП, а именно: Инновации в торговой деятельности, прохождению преддипломной практики, защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ:

Целью научно-исследовательской работы является приобретение практических навыков самостоятельного проведения научно-исследовательской работы, формирование и развитие профессиональных навыков работы, получение навыков работы с внешней информацией, её анализ и представление результатов.

Выполнение научно-исследовательской работы способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности (в соответствии с ФГОС, п.4.4):

в области научно-исследовательской деятельности:

- организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности; проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности.

Задачи научно-исследовательской работы:

- приобрести навыки работы с информацией, предоставляемой Федеральной службой статистики, монографиями, профессиональными журналами, ресурсами Интернет;
- приобрести навыки применения основных методов анализа, моделирования, экспериментального исследования;

- приобрести навыки создания научного отчета по выбранной теме исследования.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ:

Ознакомление с научными проблемами в области выбранного направления исследования. Выбор темы для исследования и обоснование ее актуальности. Составление основного библиографического списка по выбранной теме исследования, обсуждение индивидуального задания.

Веб-поиск и структурирование информации по выбранной теме исследования. Оценка влияний демографических, экономических, социально-культурных и правовых факторов на деятельность организаций (предприятий) торговли.

Подведение итогов научно-исследовательской работы и составление отчета: систематизация, анализ, обработка собранного в ходе практики материала, выступление с докладом, предоставление дневника, отчета, защита научно-исследовательской работы.

В результате прохождения практики обучающийся должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

ОК-9 - владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения .

ОПК-2 - способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.

ОПК-4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией.

ПК-10 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.

ПК-11- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения