

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Профессиональный практикум

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью учебной дисциплины «Профессиональный практикум» является закрепление полученных знаний, умений, навыков при решении практических задач, подготовка студентов к самостоятельной профессиональной деятельности и взаимодействию с профессиональной средой.

В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи:

- развитие навыков эффективного поиска и обработки профессиональной информации при решении практических профессиональных задач и самообучения;
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное отношение к профессиональной деятельности, профессиональному развитию и профессиональному росту.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знания:	целей, принципов, функций, сфер применения, объектов, средств и методов маркетинга
			Умения:	выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга; разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций с рынком с целью воздействия на уровень, время и характер спроса; разрабатывать маркетинговые стратегии и программы по формированию и удовлетворению спроса, оценивать их эффективность

		Навыки:	использования методов и средств выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; разработки маркетинговых стратегий и программ по формированию и удовлетворению спроса, оценки их эффективности
ПК-13	Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знания:	особенностей реализации проектов в различных областях профессиональной (маркетинговой) деятельности
		Умения:	планировать и организовывать процесс реализации бизнес-проектов, оценивать предварительные и итоговые результаты; взаимодействовать с партнерами в процессе реализации проектов профессиональной (маркетинговой) деятельности
		Навыки:	профессиональными качествами для реализации проектов в области профессиональной (маркетинговой) деятельности; методами и программными средствами контроля за выполнением проектного задания в командной и индивидуальной частях работ; навыками формирования отчета о выполнении проекта
ОПК-4	Способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Знания:	основных понятий, целей, классификации информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в профессиональной (маркетинговой) деятельности
		Умения:	использовать информационные технологии в профессиональной (маркетинговой) деятельности; решать исследовательские и аналитические задачи
		Навыки:	использования методов сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; проведения маркетинговых исследований, документационного и информационного обеспечения профессиональной деятельности

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Характеристика профессиональных объединений в сфере интернет-маркетинга / рекламы
- 2) Характеристика ежегодных профессиональных мероприятий в сфере интернет-маркетинга / рекламы
- 3) Характеристика ведущих компаний Дальнего Востока в сфере интернет-маркетинга / рекламы

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоёмкость	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Бл1.В	7	7	8	0	0	0	1	7	244	ДЗ

Составители(ль)

Белозерцева Н.П., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра таможенного дела и логистики, Belozertseva.NP@vvsu.ru

Марченко О.Г., Olga.Marchenko@vvsu.ru

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра таможенного дела и логистики, Natalya.Yurchenko@vvsu.ru