

Документ создан системой
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 05.07.2025 05:26:29
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Менеджмента

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

_____ Е.В. Кислюк

24.04.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.03(П)

Преддипломная практика

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль "Маркетинг"

Квалификация

БАКАЛАВР

Форма обучения

очно-заочная

Объём практики

6 ЗЕТ

Год начала подготовки
по учебному плану

2025

Составители:

ст.препод.

_____ *Н.В.Близкая*

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

_____ *В.Ю.Лунина*

Рабочая программа практики "Преддипломная практика" разработана в соответствии с: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль Маркетинг, утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 24.04.2025 протокол № 12.

Срок действия программы: 2025-2029 уч.г.

Рабочая программа практики рассмотрена на заседании кафедры "Маркетинга и логистики"

Протокол от 31.03.2025 г. №10

Заведующий кафедрой:

канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2-3 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 3-4 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 4-5 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 5-6 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целью преддипломной практики является практическое использование обучающимися приобретенных теоретических знаний, изучение практики деятельности маркетинговых служб, формирование профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных творческих решений, сбор нормативно-справочных и информационных материалов для написания дипломной работы.

1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

В результате прохождения преддипломной практики обучающиеся должны:

- изучить структуру управления предприятием;
- выявить основы организации, роли и функций службы маркетинга;
- уметь осуществлять сбор информации о деятельности конкретного предприятия на рынке товаров и услуг;
- осуществлять анализ эффективности маркетинговых мероприятий отдела маркетинга;
- проводить анализ литературы и документальных источников, наблюдение, неформализованное интервью с целью сбора и обработки информации (для отчета по практике), разработку программы и инструментария исследования для научно-исследовательской части задания на практику;
- владеть навыками анализа материалов финансово-экономической деятельности предприятия;
- владеть навыками выработки предложений по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия а также совершенствованию управленческой (маркетинговой) деятельности организации (предприятия).

1.3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть	Б2.О.03(П)
-------------	------------

1.3.1. "Преддипломная практика" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинговые коммуникации
Маркетинговое ценообразование
Бизнес-планирование
Маркетинговая товарная политика
Международный маркетинг
Управление проектами
Брендинг
Инфраструктура товарного рынка

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПКс-1 Способен проводить подготовку к проведению маркетингового исследования
ПКс-1.8 Способен проводить подготовку к проведению маркетингового исследования

Знать:	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований

Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговые исследования
Уровень 2	умеет проводить маркетинговые исследования
Уровень 3	умеет эффективно проводить маркетинговые исследования

Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	владеет навыками проведения маркетинговых исследований
Уровень 3	уверенно владеет навыками проведения маркетинговых исследований

ПКс-2 Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКс-2.10 Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

Знать:	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 2	демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга

Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 2	умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 3	эффективно умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 2	владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 3	уверенно владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
<i>ПКс-3Способен организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»</i>	
<i>ПКс-3.7Способен организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»</i>	
Знать:	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 2	демонстрирует знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 2	умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 3	эффективно умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»
Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 2	владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 3	уверенно владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
<i>ПКс-4Способен управлять реализацией стратегии продвижения</i>	
<i>ПКс-4.6Способен управлять реализацией стратегии продвижения</i>	
Знать:	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 2	демонстрирует знания методов управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов управления реализацией стратегии продвижения
Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет управлять реализацией стратегии продвижения
Уровень 2	умеет управлять реализацией стратегии продвижения
Уровень 3	эффективно умеет управлять реализацией стратегии продвижения
Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 2	владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 3	уверенно владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения

В результате прохождения "Преддипломная практика" обучающийся должен:

1	Знать:
	возможные типы организационно-правовой структуры предприятия, основные его подразделения и службы, их функции и взаимодействие;
	виды деятельности предприятия;
	методы расчета финансово-экономических показателей деятельности предприятия;
	особенности осуществления маркетинговой деятельности, методики маркетингового исследования, способов продвижения продукции, услуг, в том числе с использованием Интернет- технологий
2	Уметь:

	выполнять должностные обязанности маркетолога, осуществлять маркетинговую деятельность, применять элементы маркетинг-микса при планировании, организации и управлении деятельностью предприятия.					
3	Владеть:					
	навыками сбора информации и оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей в маркетинге; проведения маркетинговых исследований; разработки, внедрения и управления стратегией продвижения, в том числе в сети "Интернет"					
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ						
Результаты прохождения практики формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом.						
По типу практики "Преддипломная практика" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой.						
<i>1.5.1. Формы отчетности по практике</i>						
Процедура аттестации студента по итогам практики.						
По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики.						
Отчет должен иметь объем 20-25 страниц формата А4 машинописного текста и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.						
Результаты практики оценивает комиссия. Во внимание принимается качество отчета, который должен быть оформлен в соответствии с установленными требованиями письменного отчета, и отзыв руководителя практики от предприятия, а также устные ответы студента на вопросы по прохождению и результатам практики. По итогам аттестации комиссия выставляет дифференцированную оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно).						
Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению в установленном порядке из института, как имеющие академическую задолженность.						
Структура отчета по практике прописана в методических рекомендациях к ней.						
РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ						
2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ПРАКТИКИ						
Общая трудоёмкость "Преддипломная практика" составляет 6 зачётные единицы, 216 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом , который разрабатываются и корректируются ежегодно.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРАКТИКИ						
Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интракт.	Примечания
Раздел 1. Подготовительный						
Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности /Пр/	9	2	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л3.1		
Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности /Ср/	9	20	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л3.1		
Тема 1.2. Ознакомление с тематикой отчетов по преддипломной практике. Выбор темы /Ср/	9	24	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л3.1		
Раздел 2. Исследовательско-аналитический						

Тема 2.2 Изучение организационной характеристики предприятия /Ср/	9	27	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.3 Анализ состояния рынка и основных факторов маркетинговой среды предприятия /Ср/	9	26	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.4 Анализ организации и управления маркетинговой службой предприя /Ср/	9	28	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.5 Анализ финансово-экономического состояния /Ср/	9	28	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.6 Выполнение индивидуального задания /Ср/	9	28	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Раздел 3. Заключительный						
Тема 3.1 Подготовка и защита отчета /Ср/	9	27	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 3.2 Подготовка и защита отчета /Пр/	9	2	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе прохождения преддипломной практики используются следующие образовательные технологии: практические занятия (ПР), консультации, самостоятельная работа обучающихся (СР) по выполнению различных видов заданий. В процессе прохождения практики используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практик

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

Л1.1	Маркетинг : общий курс : учебное пособие / под редакцией Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 4-е изд. — Москва : Омега-Л, 2021. — 476 с. — ISBN 978-5-370-01493-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/5532 (дата обращения: 24.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	
Л1.2	Котлер, Филип Основы маркетинга. Краткий курс :Краткий курс. - М. : Издательский дом "Вильямс". - 656 с.	
Л1.3	Котлер, Филип Основы маркетинга =Marketing essenteals :. - М. : Оригинал. - 699 с.	
Л1.4	Николайчук, В.Е. Маркетинг, реклама, пиар:учеб. пособ. на основе афоризмов, шуток, мыслей. - Донецк : Норд-Пресс. - 691 с.	
Л1.5	Сабурова, М. М. Организация работы отдела маркетинга : теория и практика [Электронный ресурс] : учебник. - Ульяновск : УлГТУ, 2021. - 236 с. — Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/221.pdf	
Л1.6	Маркетинговые исследования : планирование и организация [Электронный ресурс]:учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2021. - 318 с. — Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/67.pdf	
Л1.7	Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) [Электронный ресурс]:учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2022. - 192 с. — Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/178.pdf	
Дополнительная литература		
Л2.1	Котлер, Филип Маркетинг от А до Я : 80 концепций,которые должен знать каждый менеджер :. - СПб : Издательский Дом "Нева". - 224 с.	
Л2.2	Багиев, Г. Л. Маркетинг :учебник . - СПб. : Питер. - 736 с.	
Л2.3	Николайчук, В.Е. Основы конкурентного маркетинга:учебное пособие. - Донецк : "Ноулидж" донецкое отделение. - 514 с.	
Л2.4	Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]:учебное пособие для практических занятий . - М. : КНОРУС, 2021. - 374 с. — Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2012/Zaharova.pd	
Дополнительная литература		
Л3.1	Преддипломная практика: методические рекомендации по организации и прохождению преддипломной практики для обучающихся образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной, очно-заочной форм обучения . - Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025. - 56 с.	
4.2. П еречень ресурсов сети И нтернет		
Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com/
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru/
4.3. П еречень программного обеспечения		
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:		
- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)		
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)		
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)		
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)		
- GIMP (лицензия GNU General Public License)		
4.4. П рофессиональные базы данных и информационные справочные системы		
Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - http://unilib.dsum.internal/		
Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - http://www.lib-dpr.ru/		
Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - https://cyberleninka.ru/		
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - http://elibrary.ru/defaultx.asp		
Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) — http://www.ipr-ras.ru/libr.htm		
Электронная библиотечная система "Лань" - https://e.lanbook.com/		
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины		

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель. Базы практики: ООО «ОЛМАКС» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №210/с от 07.05.2021 г.) ООО «ЕМК» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №432/с от 19.10.2021 г.) ООО «Гурман» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №310/с от 25.06.2021 г.) ООО «АРТ ХАУС» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №49/с от 09.01.2019 г.) ООО «Алтай» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 262/с от 24.10.2019 г.) ООО "Мак Инвест" (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 37/с от 24.01.2024 г.) ООО "Лаконд" (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 36/с от 24.01.2024 г.) ИП Скозобцова Лидия Сергеевна (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 74/с от 06.03.2024 г.) ИП Кирьякова Владислава Владимировна (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 32/с от 22.01.2024 г.)	
РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	
<i>5.1 Контрольные вопросы и задания:</i>	
- Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия. - Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности. - Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью? - Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии? - Какие маркетинговые мероприятия осуществляются на исследуемом предприятии? - Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия? - Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии? - Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования? - Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали? - Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?	
<i>5.2. Темы письменных работ:</i>	
- Организация маркетингового управления на предприятии. - Стратегическое и тактическое планирование маркетинга. - Разработка маркетингового бизнес-плана производства и сбыта нового товара. - Анализ маркетинговых мероприятий по продвижению товаров предприятия. - Маркетинговые аспекты рекламной деятельности предприятия. - Анализ сбытовой деятельности предприятия. - Маркетинг вторичных ресурсов. - Анализ организации маркетинговых мероприятий на предприятии. - Создание имиджа предприятия как мероприятий по совершенствованию сбытовой деятельности. - Инновационный маркетинг в условиях современного предприятия.	
<i>5.3. Фонд оценочных средств:</i>	
Фонд оценочных средств "Преддипломная практика" разработан в соответствии с локальными нормативными актами ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС". Фонд оценочных средств "Преддипломная практика" в полном объеме представлен в виде приложения к данной РПП.	
<i>5.4. Перечень видов оценочных средств:</i>	
Текущий контроль в виде собеседования, отчета и дневника по практике.	
РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ	

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

Методические рекомендации содержат материалы по организации и прохождению производственной (преддипломной) практики, требования к оформлению отчетной документации и критерии оценивания при подведении итогов практической подготовки обучающихся. Производственная (преддипломная) практика проводится с целью формирования и развития профессиональных знаний в сфере выбранного направления подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам, установления их связи с практической деятельностью, овладения необходимыми профессиональными компетенциями по выбранному направлению специализированной подготовки, а также с целью сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки научных предложений и научных идей, подготовки дипломной работы. В полном объеме методические рекомендации по организации и прохождению практики содержатся в учебно-методическом комплексе практики.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ»**

**Факультет менеджмента
Кафедра маркетинга и логистики**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по "Преддипломной практике"

Направление подготовки	38.03.02. Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная / очно-заочная

Донецк
2025

Фонд оценочных средств по преддипломной практике для обучающихся 4-го курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / очно-заочной формы обучения

Авторы,

составители: канд. экон. наук, доцент Попова Т.А.; канд. экон. наук, доцент Лунина В.Ю.; ст.преподаватель Близкая Н.В.

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании
кафедры

маркетинга и логистики

Протокол заседания кафедры от

31.03.2025

№

10

дата

Заведующий кафедрой

(подпись)

Т.А.Поповаа

(инициалы, фамилия)

РАЗДЕЛ 1.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Основные сведения о преддипломной практике

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений, обучающихся в процессе прохождения преддипломной практики. Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме контактной работы с руководителем практики от кафедры (консультации) и промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой.

Таблица 1

Основные сведения о производственной (преддипломной) практике

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Формы контроля	Собеседование, отчет по практике, дневник практики
Показатели	Очная / очно-заочная форма обучения
Семестр	8
Общая трудоемкость (академ. часов)	216
Количество зачетных единиц (кредитов)	6
Самостоятельная работа	208
Практические занятия	4
Контроль	4
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (требования к результатам обучения по практике)

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПКс-1.8	Способен проводить подготовку к	Знать:	
		демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований	ПКс-1.8 3-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
	проведению маркетингового исследования		
		демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований	ПКс-1.8 3-2
		уверенно демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований	ПКс-1.8 3-3
		Уметь:	
		недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговые исследования	ПКс-1.8 У-1
		умеет проводить маркетинговые исследования	ПКс-1.8 У-2
		эффективно умеет проводить маркетинговые исследования	ПКс-1.8 У-3
		Владеть:	
		слабо владеет навыками проведения маркетинговых исследований	ПКс-1.8 В-1
		владеет навыками проведения маркетинговых исследований	ПКс-1.8 В-2
		уверенно владеет навыками проведения маркетинговых исследований	ПКс-1.8 В-3
ПКс-2.10	Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать:	
		демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 3-1
		демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 3-2
		уверенно демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 3-3
		Уметь:	
		недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 У-1
		умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 У-2
		эффективно умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 У-3
		Владеть:	
		слабо владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 В-1
		владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-2.10 В-2
		уверенно слабо владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		инструментов комплекса маркетинга	2.10 В-3
ПКс-3.7	Способен организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»	Знать:	
		демонстрирует поверхностные знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 3-1
		демонстрирует знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 3-2
		демонстрирует уверенные знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 3-3
		Уметь:	
		недостаточно эффективно умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 У-1
		умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 У-1
		эффективно умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 У-1
		Владеть:	
		слабо владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 В-1
		владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 В-1
		уверенно владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»	ПКс-3.7 В-1
ПКс-4.6	Способен управлять реализацией стратегии продвижения	Знать:	
		демонстрирует поверхностные знания методов управления реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 3-1
		демонстрирует знания методов управления реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 3-2
		демонстрирует уверенные знания методов управления реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 3-3
		Уметь:	
		недостаточно эффективно умеет управлять реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 У-1
		умеет управлять реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 У-2
		эффективно умеет управлять реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 У-3
		Владеть:	
		слабо владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 В-1
		владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 В-2
		уверенно владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения	ПКс-4.6 В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Код формируемой компетенции (или ее части)	Этап формирования компетенции	Контролируемые виды работы по практике	Наименование оценочного средства*
1.	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6	Ознакомительный этап	Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности. Изучение организационной характеристики предприятия	Собеседование
2.	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6	Аналитический этап	Тема 2.1. Работа в должности, соответствующей направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») или дублирование должностных обязанностей маркетолога организации Тема 2.2 Анализ состояния рынка и основных факторов, маркетинговой среды предприятия Тема 2.3 Анализ организации и эффективности управления маркетинговой службой предприятия Тема 2.4 Анализ финансово-экономического состояния предприятия Тема 2.5 Выполнение индивидуального задания Тема 2.6 Обобщение аналитических материалов, составление рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности	Собеседование
3.	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6	Заключительный этап	Тема. 3.1 Подготовка и защита отчета по преддипломной практике.	Отчет по практике

РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение практики, в ходе контактной работы

обучающихся с руководителем практики от кафедры (консультации). Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к самостоятельной работе по успешному написанию отчета по практике.

РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЕВ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

3.1. Преддипломная практика обобщенно оценивается по следующим критериям:

- 1) Владение компетенциями. Оценивается сформированность компетенций практики и соответствующие им знания, умения и навыки;
- 2) Выполнение и защита отчета по практике.

Таблица 4

Обобщенные критерии оценивания

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания				Обобщенные критерии
	Государст венная	Баллы		ECTS	
1	2	3	4	5	6
Обучающийся демонстрирует высокий уровень владения знаниями, умениями и навыками соответствующих компетенций, что позволяет ему решать широкий круг нетиповых задач практики.	Отлично	Зачтено	90-100	A	Содержание отчета соответствует программе прохождения практики, отчет собран в полном объеме; выполнена структурированность отчета (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); грамотное оформление отчета; содержание программы практики раскрыто в полном объеме; не нарушены сроки сдачи отчета; при защите отчета ответы на вопросы четкие, обоснованные и полные, полностью и доходчиво изложены этапы прохождения практики, четко сформулированы результаты.

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания				Обобщенные критерии
	Государственная	Баллы		ECTS	
1	2	3	4	5	6
Обучающийся способен самостоятельно воспроизводить и применять соответствующие знания, умения и навыки для решения типовых задач практики, может выполнять поиск и использование новой информации для выполнения новых профессиональных действий на основе полностью освоенных знаний, умений и навыков соответствующих компетенций.	Хорошо	Зачтено	75-89	B-C	Содержание отчета соответствует программе прохождения практики, отчет собран в полном объеме; в отчете не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); грамотное оформление отчета; содержание программы практики раскрыто в полном объеме; не нарушены сроки сдачи отчета; при защите отчета ответы на вопросы преимущественно правильные, но недостаточно четкие, сформулированные задачи изложены с некоторыми погрешностями.
Знания, умения, навыки сформированы на базовом уровне, обучающиеся частично, с помощью извне (например, с использованием наводящих вопросов, ассоциативного ряда понятий и т.д.) могут воспроизводить и применять соответствующие значения, умения, навыки.	Удовлетворительно	Зачтено	D-E	60-74	Содержание отчета соответствует программе прохождения практики, отчет собран в полном объеме; в отчете недостаточно прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); в оформлении отчета прослеживается небрежность; содержание программы практики раскрыто не в полном объеме; при защите отчета ответы на вопросы не полные, на некоторые ответ не получен.
Обучающийся не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять соответствующие знания, умения, навыки или знания, умения и навыки у обучающихся не выявлены.	Неудовлетворительно	Незачтено	F-FX	0-59	При невыполнении указанных выше критериев по итогам практики обучающийся получает оценку «Неудовлетворительно».

Таблица 5

Примерная система оценивания прохождения практики обучающимися

ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»

№ п/п	Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
		«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
1.	Выполнение рабочей программы практики и качество выполнения заданий	22-20	20-17	17-16
2.	Соблюдение сроков сдачи отчетной документации	14-13	13-11	11-8
3.	Сбор и обобщение обучающимися данных для оформления отчетной документации по практике	20-19	19-16	16-13
4.	Соблюдение требований к содержанию отчетной документации по практике	14-12	12-10	10-7
5.	Соблюдение требований к оформлению	14-12	12-10	10-7
6.	Оценка руководителя практики от кафедры	5	4	3
7.	Защита отчета по практике на кафедре	5	4	3
8.	Ответы на вопросы при защите отчета по практике	6-4	5-4	4-3
<i>Всего баллов</i>		<i>100-90 (A)</i>	<i>89-75 (B, C)</i>	<i>74-60 (D, E)</i>

При подведении итогов по преддипломной практике выносятся дифференцированный зачет (зачет с оценкой).

3.2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

По результатам прохождения практики обучающиеся предоставляют отчетную документацию (отчет по практике и дневник) на кафедру не позднее трех календарных дней после окончания практики. Защита проводится не позднее семи календарных дней после сдачи отчета.

Отчет по преддипломной практике должен включать разделы:

1. Титульный лист является первой страницей отчета практики и служит источником информации, необходимой для представления документа.

2. Содержание включает введение, наименование разделов основной части, заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц текста отчета.

3. Введение должно содержать оценку современного состояния актуальной проблемы или процесса. Во введении необходимо сформулировать цели, определить задачи и методы анализа.

4. Основная часть, которая делится на главы и параграфы. Оптимальным считается, чтобы основная часть имела 2 главы.

5. Заключение должно содержать основные результаты, полученные в результате анализа, выводы по проделанной работе, оценку полноты решений поставленных во введении задач.

6. Список использованных источников должен содержать сведения о текстовых и электронных источниках, использованных в процессе исследования и при составлении отчета.

7. Приложения, в которых приводятся иллюстративные материалы.

Подробные требования к оформлению отчета о прохождении преддипломной практики представлены в методических рекомендациях по организации и прохождению преддипломной практики.

Примерные темы индивидуальных заданий по преддипломной практике в соответствии с утвержденной тематикой дипломных работ:

1. Организация маркетингового управления на предприятии.
2. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга.
3. Разработка маркетингового бизнес-плана производства и сбыта нового товара.
4. Анализ маркетинговых мероприятий по продвижению товаров предприятия.
5. Маркетинговые аспекты рекламной деятельности предприятия.
6. Анализ сбытовой деятельности предприятия.
7. Маркетинг вторичных ресурсов.
8. Анализ организации маркетинговых мероприятий на предприятии.
9. Создание имиджа предприятия как мероприятий по усовершенствованию сбытовой деятельности.
10. Инновационный маркетинг в условиях современного предприятия.

Полный перечень тем индивидуальных заданий по преддипломной практике представлен в Методических рекомендациях по организации и прохождению

преддипломной практики. В таблице приведены типовые вопросы и задания при защите отчёта по преддипломной практике.

Таблица 6

Типовые контрольные задания и вопросы для оценки знаний

Этапы практики	Контрольное задание
Подготовительный этап	1. Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия. 2. Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности. 3. Какие локальные нормативные акты Вами изучены? 4. К какому типу относится организационная структура предприятия
Аналитический этап	1. Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью? 2. Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии? 3. Какие маркетинговые мероприятия применяются на исследуемом предприятии? 4. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия? 5. Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии? 6. Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования? 7. Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали? 9. Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?
Заключительный этап	1. Почему выбрана данная тема индивидуального задания? 2. Охарактеризуйте объект исследования. 3. Охарактеризуйте предмет исследования. 4. Какие методы исследования были использованы при написании отчета по производственной практике? 5. Какой виды исследования вами был осуществлены при написании отчета по практике?

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ) ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

№ п/п	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции или ее элементов
<i>Подготовительный этап</i>		
I.	Охарактеризуйте организационно-правовую форму	ПКс-1.8, ПКс-2.10,

	деятельности исследуемого предприятия.	ПКс-3.7, ПКс-4.6
2.	Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности.	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
3.	Какие локальные нормативные акты Вами изучены?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
4.	К какому типу относится организационная структура предприятия	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
<i>Аналитический этап</i>		
5.	Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
6.	Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
7.	Какие маркетинговые мероприятия осуществляются на исследуемом предприятии?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
8.	Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
9.	Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
10.	Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
11.	Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
12.	Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
<i>Заключительный этап</i>		
13.	Почему выбрана данная тема индивидуального задания?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
14.	Охарактеризуйте объект исследования.	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
15.	Охарактеризуйте предмет исследования.	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
16.	Какие методы исследования были использованы при написании отчета по производственной практике?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6
17.	Какой виды исследования вами были осуществлены при написании отчета по практике?	ПКс-1.8, ПКс-2.10, ПКс-3.7, ПКс-4.6