

Документ Министра образования и высшего образования Российской Федерации  
Информация о документе  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 27.06.2024 15:59:28  
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**  
**Кафедра**

**Менеджмента**  
**Маркетинга и логистики**

**"УТВЕРЖДАЮ"**

Проректор

\_\_\_\_\_ Л.Н. Костина

27.04.2024

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Производственная практика**

**Б2.О.03(П)**

**Преддипломная практика**

**Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент**  
**Профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент"**

**Квалификация** ***МАГИСТР***

**Форма обучения** ***очная***

**Объём практики** ***12 ЗЕТ***

**Год начала подготовки по учебному плану** ***2024***

Составители:

канд. экон. наук, доцент

\_\_\_\_\_ Т.А. Попова

ст.препод.

\_\_\_\_\_ Н.В. Близкая

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

\_\_\_\_\_ И.М. Ягнюк

Рабочая программа практики "Преддипломная практика" разработана в соответствии с: Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Самостоятельно установленным образовательным стандартам по направлению подготовки высшего образования 38.04.02 Менеджмент (приказ ФГБОУ ВО "РАНХиГС" от 29.03.2021 г. №01-3036)

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент Профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент", утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2024 протокол № 12.

Срок действия программы: 2024-2026 уч.г.

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

Протокол от 04.04.2024 г. № 8

*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 производственной (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 магистерской диссертации.

### 1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

закрепление и апробирование обучающимися знаний по базовым и вариативным дисциплинам, предусмотренных магистерской программой «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» на основе изучения практического опыта;

формирование навыков практической работы, разработки и оформления организационных решений в рамках маркетингового управления предприятием;

знакомство с новыми управленческими технологиями, используемыми в деловой сфере с целью повышения профессиональной подготовки;

формирование навыков и умений формулирования и решения задач, возникающих в ходе практической деятельности;

осуществление выбора необходимых и эффективных методов, приемов и средств практических вопросов маркетингового управления;

формирование базы данных для аналитической части магистерской диссертации;

овладение умениями обоснования и изложения полученных результатов в виде отчетов, презентаций, докладов.

### 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:

Управление продажами

Маркетинговый тренинг

1.3.2. Дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

*ПКс-1 Способен к стратегическому анализу и планированию продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий*

*ПКс-1.3 Способен осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет*

#### **Знать:**

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов стратегического анализ и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
Уровень 2	демонстрирует знания методов стратегического анализ и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов стратегического анализ и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет

#### **Уметь:**

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
Уровень 2	умеет осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет

#### **Владеть:**

Уровень 1	слабо владеет навыками осуществления стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
Уровень 2	владеет навыками осуществления стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет

Уровень 3	уверенно владеет навыками осуществления стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 2	демонстрирует знания методов стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 2	умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 2	владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 3	уверенно владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
<i>ПКс-2Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта</i>	
<i>ПКс-2.3Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методики анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 2	демонстрирует знания методики анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методики анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 2	умеет анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 3	эффективно умеет анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 2	владеет навыками анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 3	уверенно владеет навыками анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
<i>ПКс-3Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга</i>	
<i>ПКс-3.3Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
<b>Уметь:</b>	

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга
Уровень 3	эффективно умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 3	уверенно владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
<i>ПКс-4Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации</i>	
<i>ПКс-4.6Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	демонстрирует знания методов разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	уверенно владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
<i>ПКс-7Способен к осуществлению информационно-аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований</i>	
<i>ПКс-7.3Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методики осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	демонстрирует знания методики осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методики осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования
Уровень 2	умеет осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований

Уровень 2	владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
Уровень 3	уверенно владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
<i>ПКс-5Способен формировать маркетинговую стратегию организации/предприятия</i>	
<i>ПКс-5.3Способен формировать маркетинговую стратегию организации</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 2	умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 3	эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
<i>ПКс-6Способен управлять маркетинговой системой организации/предприятия и вносить изменения в ее функционирование</i>	
<i>ПКс-6.3Способен формировать маркетинговую стратегию организации</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 2	умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 3	эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации

***В результате прохождения "Преддипломная практика" обучающийся должен:***

<b>1</b>	<b>Знать:</b>
	методы проведения стратегического анализа и планирования продвижения организаций в сети Интернет; управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта; разработки и реализации маркетинговых программ, системы коммуникаций и маркетинговой стратегии организации; методику информационно-аналитической деятельности, маркетинговых исследований
<b>2</b>	<b>Уметь:</b>
	проводить стратегический анализ и планировать продвижение организаций в сети Интернет; управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта; разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ, систему коммуникаций и маркетинговую стратегию организации; осуществлять информационно-аналитическую деятельность, маркетинговые исследования
<b>3</b>	<b>Владеть:</b>
	проведения стратегического анализа и планирования продвижения организаций в сети Интернет; управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта; разработки и осуществления реализации маркетинговых программ, маркетинговых коммуникаций и маркетинговой стратегии организации; осуществления информационно-аналитической деятельности, маркетинговых исследований

**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.

### 1.5.1. Формы отчетности по практике

Процедура аттестации студента по итогам практики.

По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики.

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 12 зачётные единицы, 432 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
<b>Раздел 1. Подготовительный</b>						
Тема 1.1. Проведение вводного инструктажа /Пр/	4	2	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 1.1. Проведение вводного инструктажа /Ср/	4	4	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 1.2. Разработка индивидуального плана практики /Пр/	4	2	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 1.2. Разработка индивидуального плана практики /Ср/	4	5	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 1.3. Изучение внутренних уставных и регламентных документов, видов лицензий, знакомство с организационной структурой, правилами внутреннего распорядка и особенностями осуществления хозяйственной деятельности /Ср/	4	15	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 1.1. Обоснование практической значимости выбранной темы диссертационного исследования /Ср/	4	15	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
<b>Раздел 2. Исследовательский</b>						



Тема 2.1. Постановка гипотез, определение необходимых информационных источников и выявление их наличия или отсутствия на месте прохождения практики, анализ и оценка данных источников информации для проведения дальнейших экономических расчетов. /Пр/	4	2	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.1. Постановка гипотез, определение необходимых информационных источников и выявление их наличия или отсутствия на месте прохождения практики, анализ и оценка данных источников информации для проведения дальнейших экономических расчетов. /Ср/	4	12	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.2. Анализ организации выполнения управленческих решений и контроля за их выполнением /Ср/	4	20	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.2. Анализ организации выполнения управленческих решений и контроля за их выполнением /Пр/	4	2	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.3. Разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, и методики их расчета /Ср/	4	35	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.4. Анализ информационного обеспечения управления маркетинговой деятельностью и другими технологически связанными с ней видами работ /Ср/	4	70	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		Вторая глава отчета по практике
Тема 2.5. Оценка степени эффективности и результативности деятельности организации относительно выбранной тематики исследования, построение собственных эконометрических моделей, выявление существующих недостатков и причин их возникновения, проведение прочих исследований, необходимых для написания магистерской диссертации /Ср/	4	60	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.6. Оценка социальной и экономической эффективности производственной и управленческой деятельности /Ср/	4	40	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		
Тема 2.7. Обработка, обобщение и анализ полученных данных аргументирование и формулирование положений, выводов, практических рекомендаций и предложений. /Ср/	4	23	ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1		

<b>Раздел 3. Заключительный</b>					
<b>Тема 3.1. Оценка и интерпретация полученных результатов. /Ср/</b>	<b>4</b>	<b>35</b>	<b>ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3</b>	<b>Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1</b>	
<b>Тема 3.2. Окончательная проверка гипотез, построение системы предложений и рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности организации-места прохождения преддипломной практики, внедрение данных предложений в финансово-хозяйственную научную деятельность организации. /Ср/</b>	<b>4</b>	<b>4 5</b>	<b>ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3</b>	<b>Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1</b>	
<b>Тема 3.3. Анализ данных с учетом внедренных изменений, формулирование окончательных выводов, разработка рекомендаций организации для более эффективной работы /Ср/</b>	<b>4</b>	<b>4 5</b>	<b>ПКс- 1.3, ПКс-1.5, ПКс-2.3, ПКс-3.3, ПКс-4.6, ПКс-5.3, ПКс-6.3, ПКс-7.3</b>	<b>Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л3.1</b>	

### **РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В процессе прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики используются следующие образовательные технологии: практические занятия (ПР), самостоятельная работа обучающихся (СР) и консультации (К) по выполнению различных видов заданий. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы. 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.

### **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	Бельская, Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская. — Новосибирск : НГТУ, 2023. — 68 с. — ISBN 978-5-7782-4878-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/404255">https://e.lanbook.com/book/404255</a> (дата обращения: 06.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
Л1.2	Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2022. — 260 с. — ISBN 978-5-394-04233-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/277337">https://e.lanbook.com/book/277337</a> (дата обращения: 06.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
Л1.3	Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2067373">https://znanium.ru/catalog/product/2067373</a> (дата обращения: 06.06.2024). — Режим доступа: по подписке.

##### **Дополнительная литература**

Л2.1	Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н. А. Дубровина, Ю. И. Ряжева. — Самара : Самарский университет, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5-7883-1456-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/146983">https://e.lanbook.com/book/146983</a> (дата обращения: 06.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
Л2.2	Методы научных исследований в экономике : учебное пособие / А. И. Хорев, Т. И. Овчинникова, Л. Н. Дмитриева, Е. А. Резникова. — Воронеж : ВГУИТ, 2013. — 128 с. — ISBN 978-5-89448-988-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/72891">https://e.lanbook.com/book/72891</a> (дата обращения: 06.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

#### Дополнительная литература

ЛЗ.1	Производственная (преддипломная) практика: Методические рекомендации по организации и прохождению производственной (преддипломной) практики для обучающихся образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент") всех форм обучения . - Донецк; ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2024. - 56
------	--

#### 4.2. Перечень ресурсов сети Интернет

Э1	Стратегии маркетинга в сети "Интернет". Режим доступа: <a href="http://www.wilsonweb.com/awards">http://www.wilsonweb.com/awards</a>
Э2	Маркетинговые фирмы и <a href="http://www.emar.com/internet/hot">http://www.emar.com/internet/hot</a> периодические издания по маркетингу. Режим доступа: <a href="http://www.emar.com/internet/hot">http://www.emar.com/internet/hot</a>

#### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:	
– компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;	
– электронные презентации;	
– электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;	
– дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle;	
– Яндекс.Телемост, SberJazz, VK Звонки используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;	
– электронные библиотечные ресурсы ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС"	
Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle.	

#### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - <a href="http://unilib.dsum.internal/">http://unilib.dsum.internal/</a>	
Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <a href="http://www.lib-dpr.ru/">http://www.lib-dpr.ru/</a>	
Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>	
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>	
Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <a href="http://www.ipr-ras.ru/libr.htm">http://www.ipr-ras.ru/libr.htm</a>	
Электронная библиотечная система "Лань" - <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>	

#### 4.5. Материально-техническая база для проведения практики

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий практического типа, индивидуальных консультаций и промежуточной аттестации: №406 учебный корпус №2.

– комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3).

1.3. 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

### 5.1 Контрольные вопросы и задания:

1. Опишите предприятие: отрасль, основная продукция, основной рыночный сегмент, структура и масштабы производства и реализации.
2. Дайте характеристику внутренним факторам производства: персонал (численность и структура), основные фонды (степень автоматизации и механизации работ, доля активной и пассивной части), оборотные средства (средняя величина, состав, оборачиваемость).
3. Охарактеризуйте организационную структуру управления предприятия и место маркетингового отдела.
4. Опишите систему маркетинговой деятельности в организации.
5. Дайте характеристику реализации принципов идеальной организации производственных процессов на данном предприятии.
6. Опишите маркетинговую стратегию предприятия.
7. Раскройте содержание действий руководства по контролю и анализу в организации.
8. Охарактеризуйте эффективность механизма принятия управленческих решений в организации.
9. Дайте оценку эффективности функционирования маркетинга на предприятии.
10. Дайте оценку эффективности системы менеджмента в организации
11. Сформулируйте основные тенденции в данной отрасли (на рынке данного продукта или услуги).
12. Оцените эффективность деятельности организации в целом.
13. Какие факторы играют наибольшее отрицательное влияние на деятельности организации.
14. Какие действия позволили бы повысить эффективность деятельности данной организации.

### 5.2. Темы письменных работ:

Направления тем магистерских диссертаций:

- 1 Теоретико-методологические основы маркетингового менеджмента производственных, торговых предприятий, организаций сферы услуг и органов государственных власти.
  - 2 Особенности товарной политики предприятий различных сфер деятельности в условиях микро-, мезо- и макроуровня.
  - 3 Основы формирования цены на товар/услугу в условиях рыночного пространства.
  - 4 Политика продвижения организации как инструмент повышения эффективности ее деятельности
  - 5 Эффективный процесс распределения товаров в современных условиях рыночного пространства
- Полный перечень тем магистерских диссертаций в рамках вышеуказанных направлений представлен в Методических рекомендациях организации и прохождению производственной (преддипломной) практики.

### 5.3. Фонд оценочных средств:

Фонд оценочных средств "Преддипломная практика" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств "Преддипломная практика" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе практики.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств:

Собеседование, отчет по практике и дневник прохождения практики

## 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 магистерской программы, 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 магистерской диссертации.

В полном объеме методические рекомендации по организации и прохождению производственной (преддипломной) практики содержатся в учебно-методическом комплексе практики.