

Документ предоставлен государственной организацией
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 25.03.2021 13:07:14
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"**

Факультет

**Производственного менеджмента и
маркетинга**

Кафедра

Маркетинга и логистики



"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор по ДПП

Л.П. Барышникова

25.03.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная практика

Б2.Б.03(Пд)

Производственная практика

Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль "Маркетинг"

Квалификация

академический бакалавр

Форма обучения

очная

Объём практики

6 ЗЕТ

**Год начала подготовки
по учебному плану**

2021

Составители:

ст.препод.



Н.В. Близкая

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент



В.Ю. Лунина

Рабочая программа практики "Производственная (преддипломная)" разработана в соответствии с:

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация "академический бакалавр", "прикладной бакалавр") (утвержден приказом Министерства Образования и науки Донецкой Народной Республики №859 от 24.08.2016)

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.)

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинг", утвержденного Учёным советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 25.03.2021 протокол № 8/4.

Срок действия программы: 2021-2025 уч.г.

Рабочая программа практики рассмотрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 29.01.2021 №6

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.


(подпись)

Одобрено Предметно-методической
комиссией кафедры Маркетинга и
логистики

протокол от 28.01.2021г. № 6
председатель ПМК «Маркетинг»
доцент, канд.экон.наук, доцент
Меркулова А.В.


(подпись)

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Председатель ПМК _____

Протокол от " __ " _____ 2022 г. № __

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры маркетинга и логистики

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Председатель ПМК _____

Протокол от " __ " _____ 2023 г. № __

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры маркетинга и логистики

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Председатель ПМК _____

Протокол от " __ " _____ 2024 г. № __

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры маркетинга и логистики

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Председатель ПМК _____

Протокол от " __ " _____ 2025 г. № __

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры маркетинга и логистики

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целью производственной (преддипломной) практики является - закрепление теоретических знаний, полученных за время учёбы в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», углубление практического опыта обучающихся, развитие общих и профессиональных компетенций, проверка готовности обучающихся к самостоятельной трудовой деятельности, а также подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы.

1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

- изучение комплекса вопросов деятельности конкретного предприятия на рынке товаров и услуг;
- исследование структуры управления предприятием;
- анализ организации, роли и функций службы маркетинга;
- рассмотрение маркетинговых мероприятий отдела маркетинга;
- изучение и анализ материалов по финансово-экономической деятельности предприятия;
- формирование умения анализировать ситуацию и разрабатывать мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия;
- анализ литературы и документальных источников, наблюдение, неформализованное интервью с целью сбора и обработки информации (для отчета по практике), разработка программы и инструментария исследования для научно-исследовательской части задания на практику;
- разработка предложений по совершенствованию управленческой (маркетинговой) деятельности организации (предприятия);
- выполнение индивидуального задания;
- выполнение выпускной квалификационной работы.

1.3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть | Б2.Б.03(Пд)

1.3.1. "Производственная (преддипломная) практика" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинг территорий

Маркетинговые коммуникации

Методы принятия управленческих решений

Электронная коммерция: платежные системы, вопросы безопасности

Маркетинговое ценообразование

Бизнес-планирование

Маркетинговая товарная политика

Маркетинговый менеджмент

Международный маркетинг

Операционный менеджмент

Основы управления качеством

Управление проектами

Брендинг

Инфраструктура товарного рынка

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

Защита выпускной квалификационной работы

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Знать:

Уровень | методы экономического анализа деятельности предприятий;

Уровень 2 | основы экономических знаний в различных сферах деятельности, основы маркетинга применительно к предприятиям различных отраслей экономики;

Уровень 3 | сущность маркетинговой деятельности, которая осуществляется на уровне предприятия или на макроэкономическом уровне (отраслевом, региональном).

Уметь:

Уровень 1 | анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере;

Уровень | использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

Уровень 3 | оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для профессиональных проектов.

Владеть:	
Уровень 1	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
Уровень 2	методами финансового планирования профессиональной деятельности;
Уровень 3	методами обобщения информации.
<i>ОПК-1: владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</i>	
Знать:	
Уровень 1	виды информации, способы и инструменты проведения исследования;
Уровень 2	методы проведения исследований;
Уровень 3	виды нормативно-правовых документов.
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять поиск нормативно-правовых документов;
Уровень 2	делать выводы на основании регламентируемых положений нормативно-правовых актов;
Уровень 3	анализировать и формулировать выводы по итогам изучения нормативно-правовых.
Владеть:	
Уровень 1	специальной экономической терминологией и лексикой специальности;
Уровень 2	навыками обобщения и структурирования информации;
Уровень 3	навыками ориентации в современных информационно-коммуникационных системах, овладевать новейшими технологиями сбора, обработки, хранения, преобразования и распространения информации.
<i>ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</i>	
Знать:	
Уровень 1	цели, принципы, функции, объекты стратегического анализа;
Уровень 2	основные инструменты стратегического анализа;
Уровень 3	факторы экономической среды и методы стратегического анализа.
Уметь:	
Уровень 1	проводить стратегический анализ направленный на обеспечение конкурентоспособности организации;
Уровень 2	разрабатывать и осуществлять стратегии организации;
Уровень 3	осуществлять маркетинговый стратегический анализ.
Владеть:	
Уровень 1	навыками стратегического анализа;
Уровень 2	методами разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
Уровень 3	навыками проведения стратегического маркетингового анализа.
<i>ПК-10: владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</i>	
Знать:	
Уровень 1	методики количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений;
Уровень 2	способы построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей;
Уровень 3	основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений.
Уметь:	
Уровень 1	анализировать информацию и формулировать выводы при принятии управленческих решений, построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;
Уровень 2	владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления;
Уровень 3	осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения.
Владеть:	

Уровень 1	навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;
Уровень 2	навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования;
Уровень 3	моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.
<i>ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</i>	
Знать:	
Уровень 1	методы разработки новых видов продукции, маркетинговых продуктов;
Уровень 2	закономерности и тенденции возникновения и развития рынков и институтов;
Уровень 3	принципы осуществления предпринимательской деятельности, создания бизнес-планов.
Уметь:	
Уровень 1	разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.);
Уровень 2	анализировать состояние и динамику развития рынков товаров и услуг, институтов, проводить их оценку;
Уровень 3	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.
Владеть:	
Уровень 1	инструментами оценки качества составления бизнес-планов;
Уровень 2	методами анализа социальных и экономических условий осуществления предпринимательской деятельности;
Уровень 3	методами определения эффективности осуществления предпринимательской деятельности.
<i>ДПК-1: способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, характеризующие экономические показатели конкурентоспособности предприятия, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет</i>	
Знать:	
Уровень 1	виды рынков, типы спроса, классификацию товаров;
Уровень 2	методы оценки спроса на существующих и потенциальных рынках;
Уровень 3	экономические показатели конкурентоспособности предприятия.
Уметь:	
Уровень 1	применять теоретические знания в области оценки рыночных возможностей для формулирования бизнес-идей;
Уровень 2	собирать необходимые данные, характеризующие экономические показатели конкурентоспособности;
Уровень 3	методами анализа информации и подготовки информационных обзоров.
Владеть:	
Уровень 1	навыками сбора информации, характеризующей конкурентоспособность предприятия;
Уровень 2	навыками анализа и подготовки аналитических отчетов экономического состояния предприятия;
Уровень 3	навыками нахождения и оценки новых рыночных возможностей и формулировки бизнес-идей
<i>ДПК-13: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные категории маркетинговой управленческой деятельности;
Уровень 2	особенности осуществления маркетинговой деятельности на предприятии;
Уровень 3	методы анализа маркетинговой среды при принятии управленческих решений.
Уметь:	
Уровень 1	анализировать основные факторы макро и микросреды предприятия;
Уровень 2	оценивать последствия изменения факторов внешней и внутренней среды предприятия на результативность его деятельности;
Уровень 3	применять полученные знания при выполнении должностных обязанностей маркетолога на предприятии.
Владеть:	
Уровень 1	различными методами принятия управленческих решений;

Уровень 2	методами анализа экономической ситуации;
Уровень 3	оценивать эффективность принимаемых управленческих решений.

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики обучающийся должен:

1 Знать:	
	возможные типы организационно-правовой структуры предприятия, основные его подразделения и службы, их функции и взаимодействие;
	виды деятельности предприятия;
	особенности осуществления маркетинговой деятельности;
	назначение продукции, основные финансово-экономические показатели деятельности предприятий.
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.

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 "Порядок организации текущего контроля и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По производственной (преддипломной) практике видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой.

1.5.1. Формы отчетности по практике

По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики. Отчет должен иметь объем 30-45 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).

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ПРАКТИКИ

Общая трудоёмкость производственной (преддипломной) практики составляет 6 зачётных единиц, 216 часов. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом и календарно-тематическим планом, которые разрабатываются и корректируются ежегодно.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРАКТИКИ

Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интр-акт.	Примечания
Раздел 1. Ознакомительный						
Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение организационной характеристики предприятия /Пр/	8	2	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности. Изучение организационной характеристики предприятия /Ср/	8	30	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Раздел 2. Аналитический						
Тема 2.1 Работа в должности, соответствующей направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») или дублирование должностных обязанностей маркетолога организации.	8	24	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5		

Тема 2.1 Анализ состояния рынка и основных факторов маркетинговой среды предприятия /Конс/	8	4	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 2.1 Анализ состояния рынка и основных факторов маркетинговой среды предприятия /Ср/	8	11	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 2.3 Анализ организации и эффективности управления маркетинговой службой предприятия /Ср/	8	36	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 2.4 Анализ финансово-экономического состояния предприятия /Ср/	8	36	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 2.6 Выполнение индивидуального задания /Ср/	8	36	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 2.7. Обобщение аналитических материалов, составление рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности.		17	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5		
Раздел 3. Заключительный						
Тема 3.1 Подготовка и защита отчета /Ср/	8	18	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		
Тема 3.2 Подготовка и защита отчета /Пр/	8	2	ДПК- 1, ДПК- 13, ОК- 3, ОПК- 1, ПК- 3, ПК- 10, ПК- 17	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1, Л2.2, Л2.3,		

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе прохождения производственной (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 изучением объекта исследования, дополнительной литературы, написания отчета и подготовке к защите.

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

Л1.7	Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Ульяновск : УлГТУ, 2017. - 192 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/178.pdf
Л1.6	Маркетинговые исследования : планирование и организация [Электронный ресурс]: учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2015. - 318 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/67.pdf

Л1.5	Сабурова, М. М. Организация работы отдела маркетинга : теория и практика [Электронный ресурс]:учебник. - Ульяновск : УлГТУ, 2017. - 236 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/221.pdf
Л1.4	Николайчук, В.Е. Маркетинг, реклама, пиар: учеб. пособ. на основе афоризмов, шуток, мыслей. - Донецк : Норд-Пресс, 2010. - 691 с.
Л1.3	Котлер, Филип Основы маркетинга =Marketing essenteals :. - М. : Оригинал, 2006. - 699 с.
Л1.1	Маркетинг :учебно-методическое пособие. - Донецк : ДонАУиГС, 2017. - 323 с.
Л1.2	Котлер, Филип Основы маркетинга. Краткий курс :Краткий курс. - М. : Издательский дом "Вильямс", 2003. - 656 с.
Дополнительная литература	
Л2.5	Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]:учебное пособие для практических занятий . - М. : КНОРУС, 2011. - 374 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2012/Zaharova.pd
Л2.3	Багиев, Г. Л. Маркетинг :учебник . - СПб. : Питер, 2005. - 736 с.
Л2.2	Котлер, Филип Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер :. - СПб : Издательский Дом "Нева", 2003. - 224 с.
Л2.4	Николайчук, В.Е. Основы конкурентного маркетинга: учебное пособие. - Донецк : "Ноулидж" донецкое отделение, 2010. - 514 с.
Л2.1	Концепции современного маркетинга: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения . - ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020. - 176 с.
4.2. Перечень ресурсов сети Интернет	
Э1	Стратегии маркетинга в сети "Интернет". Режим доступа: http://www.wilsonweb.com/awards
Э2	Маркетинговые фирмы и периодические издания по маркетингу. Режим доступа: http://www.emar.com/internet/hot
Э3	Информация о стратегиях маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм. Режим доступа: http://www.nsns.corn:80/MouseTracs
4.3. Перечень программного обеспечения	
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства. В ходе прохождения практики обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". Информационные технологии: электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь - Zoom, виртуальная обучающая среда - Moodle. Программное обеспечение: Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Word	
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы	
Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "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-gras.ru/libr.htm	
4.5. Материально-техническая база для проведения практики	

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий практического типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 208 учебный корпус № 2.

– комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), 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 1Сfresh.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.)

ЧП «Алтай» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 262/с от 24.10.2019 г.)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1 Контрольные вопросы и задания:

1. Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия.
2. Приведите виды деятельности исследуемого предприятия.
3. Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью?
4. Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии?
5. Какие маркетинговые мероприятия осуществляются на исследуемом предприятии?
6. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия?
7. Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии?
8. Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования?
9. Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали?
10. Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?

5.2. Темы письменных 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.

5.3. Фонд оценочных средств:

Фонд оценочных средств производственной (преддипломной) практики 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 производственной (преддипломной) практики в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе практики.

5.4. Перечень видов оценочных средств:

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 ГОУ ВПО "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 профиля подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам, установления их связи с практической деятельностью, овладения необходимыми профессиональными компетенциями, а также с целью сбора, анализа и обобщения практического материала, разработки рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности, подготовки выпускной квалификационной работы.

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

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу и фонд оценочных средств
производственной (преддипломной) практики
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
(профиль «Маркетинг»),

разработанные выпускающей кафедрой маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Рецензируемая рабочая программа и фонд оценочных средств по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») разработаны кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ» (далее - ГОУ ВПО «ДОНАУИГС») на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (квалификация «академический бакалавр», «прикладной бакалавр») (далее - ГОС ВПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 24.08.2016 г. № 859 и Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (далее - ФГОС ВО) (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970.)

1. Общая характеристика

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее - ОПОП ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»).

В соответствии с учебным планом объем производственной (преддипломной) практики составляет 216 ч. – 6 зачетных единицы, что соответствует Государственным образовательным стандартам ВО.

2. Описание структуры

Содержание представленной на рецензию рабочей программы производственной (преддипломной) практики включает в себя следующие разделы:

1. Организационно-методический раздел.
2. Содержание практики.
3. Образовательные технологии.
4. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение практики.
5. Фонд оценочных средств.
6. Средства адаптации для проведения практики.
7. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики.

Организационно-методический раздел обосновано и полно раскрывает цели и задачи производственной (преддипломной) практики, указывает место в структуре образовательной программы, определяет требования к результатам прохождения практики (дисциплины, предшествующие практике, практический опыт, умения, общие и профессиональные компетенции, а также последующие дисциплины, для которых

практика будет необходимой как предшествующее), содержит указание форм контроля и отчетности.

Раздел «Содержание практики» включает в себя указание трудоемкости производственной (преддипломной) практики, а также тематическое распределение изучаемого материала по видам занятий.

В разделе «Образовательные технологии» указываются образовательные технологии, используемые в процессе прохождения производственной (преддипломной) практики.

Раздел «Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение практики» содержит перечень учебной литературы, ресурсов сети Интернет и программного обеспечения, необходимых для организации и успешного прохождения производственной (преддипломной) практики.

«Фонд оценочных средств» представляет собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся, которые позволяют оценить уровень освоения компетенций в процессе производственной (преддипломной) практики.

Средства адаптации для проведения практики – в разделе прописаны специальные условия и способы восприятия информации для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В разделе «Материально-техническая база, необходимая для проведения практики» приводится перечень материально – технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

3. Краткая характеристика фондов оценочных средств

Фонд оценочных средств разработан согласно действующему Порядку разработки и содержания фондов оценочных средств практики в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС». Фонды оценочных средств соответствуют требованиям образовательных стандартов.

Фонд оценочных средств производственной (преддипломной) практики представлен перечнем контрольных вопросов и заданий, темами письменных работ.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

4. Общее заключение

Рабочая программа и фонд оценочных средств по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») разработанные кафедрой Маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» полностью соответствует требованиям ФГОС ВО, ГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, а также современному уровню развития науки и практики в профессиональной сфере.

Представленные на рецензию документы могут быть рекомендованы к использованию для обеспечения образовательной деятельности по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.



В.Ю.Лунина