

Документ подписан электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кислюк Елена Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 07.12.2024 00:23:00  
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**

**Производственного менеджмента и  
маркетинга**

**Кафедра**

**Маркетинга и логистики**

**"УТВЕРЖДАЮ"**

Проректор



Е.В. Кислюк

27.04.2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Производственная практика**

**Б2.О.02(П)**

**Практика по профилю  
профессиональной деятельности**

**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** *2023*

Донецк  
2023

Составители:

канд. экон. наук, доцент

З.Ю. Лунина

ст.препод.

Н.В. Близкая

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

И.М. Ягнюк

Рабочая программа практики "Практика по профилю профессиональной деятельности" разработана в соответствии с: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

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 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

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

Заведующий кафедрой:

канд. экон. наук, доцент

Т.А. Попова

---

---

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 (по профилю профессиональной деятельности) 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.02(П)

*1.3.1. "Практика по профилю профессиональной деятельности" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:*

Научно-исследовательская практика

*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

*ПК-1: Способность стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет*

#### **Знать:**

Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
-----------	--

Уровень 2	демонстрирует знания стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
-----------	---

Уровень 3	уверенно демонстрирует знания стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
-----------	--

#### **Уметь:**

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
-----------	---

#### **Владеть:**

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
-----------	--

*ПК-2: Способность управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта*

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания особенностей управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи
Уровень 2	демонстрирует знания особенностей управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания особенностей управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи

<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять управление персоналом, организацию командной работы для достижения поставленной задачи
Уровень 2	умеет осуществлять управление персоналом, организацию командной работы для достижения поставленной задачи
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять управление персоналом, организацию командной работы для достижения поставленной задачи

<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи
Уровень 2	владеет навыками управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи
Уровень 3	уверенно владеет навыками управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи

*ПК-3: Способность разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга*

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	демонстрирует знания по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга

<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	умеет разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 3	эффективно умеет разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ 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

*ПК-4: Способность разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации*

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания по разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	демонстрирует знания по разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания по разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации

<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации

Уровень 3	эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы 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

**В результате прохождения "Практика по профилю профессиональной деятельности" обучающийся должен:**

<b>1 Знать:</b>	организационную структуру предприятия, основные его подразделения и службы, их функции и взаимодействие; виды производственной деятельности; назначение продукции, основные финансово-экономические показатели деятельности предприятий
<b>2 Уметь:</b>	организовывать работу по проектированию планов выполнения управленческих процессов в логистике и маркетинге, формулировать задачи в соответствии с требованиями по качеству инновационного продукта
<b>3 Владеть:</b>	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". 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.

Отчет должен иметь объем 35-40 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.

Отчет должен состоять из следующих разделов:

- введения, в котором приводится общая характеристика места практики;
- основной части, в которой описываются все результаты, полученные в ходе прохождения практики;
- заключения, в котором анализируется проведенная работа в целом и дальнейшие мероприятия в части приобретения углубленных знаний и умений по теме практики;
- приложений к отчету (при необходимости).

К отчету прилагается «Дневник практики» с отзывом-характеристикой и заполненным графиком выхода студента на работу. Дневник и отчет должны быть оформлены на месте практики и представлены для заключения и отзыва руководителю практики от предприятия.

Структура отчета должна содержать необходимый перечень следующих документов:

- титульный лист отчета;
- индивидуальное задание;
- рабочий график;
- дневник прохождения практики;

## **РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

### **2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ПРАКТИКИ**

Общая трудоёмкость "Практика по профилю профессиональной деятельности" составляет 12

зачётные единицы, 432 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	Интракт.	Примечания
<b>Раздел 1. Подготовительный</b>						
Изучение внутренних уставных и регламентных документов, видов лицензий, знакомство с организационной структурой организации, правилами внутреннего распорядка и особенностью осуществления финансовой работы в организации, определение обязанностей специалиста Отдела маркетинга, где осуществляется преддипломная практика. /Ср/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Обоснование актуальности, теоретической и практической значимости выбранной темы диссертационного исследования. /Ср/	4	37		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Определение гипотез, целей и задач диссертационного исследования. /Ср/	4	37		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Разработка индивидуального плана научно-исследовательской практики /Пр/	4	2		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Выбор методологии и инструментария исследования. Проведение инструктажа на месте прохождения практики. /Ср/	4	37		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
<b>Раздел 2. Исследовательский</b>						

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. Разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, и методики их расчета. /Пр/	4	4		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Обработка, обобщение и анализ полученных данных аргументирование и формулирование положений, выводов, практических рекомендаций и предложений. /Пр/	4	2		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
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	37		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Оценка социальной эффективности производственной и управленческой деятельности /Ср/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Анализ информационного обеспечения управления маркетинговой деятельностью и другими технологически связанными с ней видами работ /Ср/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Анализ организации выполнения управленческих решений и контроля за их выполнением /Ср/	4	31		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Раздел 3. Заключительный						
Оценка и интерпретация полученных результатов. /Ср/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
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/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		



Анализ данных с учетом внедренных изменений, формулирование окончательных выводов, дать рекомендации организации для более эффективной работы /Ср/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Рассматриваются вопросы, касающиеся охраны труда и безопасности, а также гражданской обороны, которые излагаются в 3 отдельной главе, именуемой «Охрана труда и безопасность в чрезвычайных ситуациях», которая имеет два параграфа. /Ср/	4			Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		
В первом параграфе излагается информация по гражданской обороне, действующей в Донецкой Народной Республике. Во втором параграфе анализируются вопросы гражданской обороны на конкретном предприятии (объекте практики). /Ср/	4	35		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.1,Л2.2,Л3.1		

### **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*

Л1.3	Дыбская, В. В. Логистика складирования [Электронный ресурс]:учебник . - Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 796 с. – Режим доступа: <a href="https://www.iprbookshop.ru/115133.html">https://www.iprbookshop.ru/115133.html</a> (дата обращения: 27.10.2021)
Л1.4	Палагин, Ю. И. Логистика - планирование и управление материальными потоками [Электронный ресурс]:учебное пособие . - Санкт-Петербург : Политехника, 2020. - 288 с. – Режим доступа: <a href="https://www.iprbookshop.ru/94836.html">https://www.iprbookshop.ru/94836.html</a> (дата обращения: 27.10.2021)
Л1.2	Неруш, Ю. М., Саркисов, С. В. Транспортная логистика [Электронный ресурс]:учебник для вузов . - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 351 с. – Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/469192">https://urait.ru/bcode/469192</a> (дата обращения: 14.07.2021)
Л1.1	Логистика международного бизнеса:конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Логистика») очной / заочной форм обучения . - ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019. - 127 с.

##### *Дополнительная литература*

Л2.2	Стратегическое управление предприятием: теория и практика [Электронный ресурс]:учебно-методическое пособие. - Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2020. - 428 с. – Режим доступа: <a href="https://www.iprbookshop.ru/114888.html">https://www.iprbookshop.ru/114888.html</a> (дата обращения: 28.10.2021)
Л2.1	Антикризисное управление предприятием [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Ульяновск : УлГТУ, 2014. - 200 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2014/182.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2014/182.pdf</a>

##### *Дополнительная литература*

ЛЗ.1	Практика по профилю профессии: методические рекомендации по организации и прохождению практики по профилю профессии для обучающихся образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения. - Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021. - 53 с.
------	--

#### **4.2. Перечень ресурсов сети Интернет**

Э1	Министерство транспорта РФ
Э2	Министерство транспорта ДНР

#### **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 используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы Академии.

Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle

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

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

#### **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 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. 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 (по профилю профессиональной деятельности) практики

### 5.3. Фонд оценочных средств:

Фонд оценочных средств "Практика по профилю профессиональной деятельности" 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 "Практика по профилю профессиональной деятельности" 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 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 (по профилю профессиональной деятельности) практики, требования к оформлению отчетной документации и критерии оценивания при подведении итогов практической подготовки обучающихся.

Производственная (по профилю профессиональной деятельности) 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 (по профилю профессиональной деятельности) 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 Производственного менеджмента и маркетинга  
Кафедра маркетинга и логистики**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по «Производственной (по профилю профессиональной деятельности)  
практике»

Направление подготовки	38.03.02. Менеджмент
Профиль	«Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»
Квалификация	магистр
Форма обучения	очная

Донецк  
2023

Фонд оценочных средств по «Производственной (по профилю профессиональной деятельности) практике» для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной формы обучения

Автор(ы),

разработчик(и):

ст. преподаватель Н.В. Близкая

---

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании  
кафедры

*маркетинга и логистики*

Протокол заседания кафедры от

24.04.2023 г.

№ 9.1

Заведующий кафедрой

— 

Т.А. Попова

## РАЗДЕЛ 1.

### ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 1.1. Основные сведения о практике по профилю профессиональной деятельности

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся в процессе прохождения практики по профилю профессиональной деятельности. 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

*Таблица 1*

#### Основные сведения о практике по профилю профессиональной деятельности

Образовательная программа	магистратура
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	«Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»
Формы контроля	Собеседование, отчет по практике
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	12
Семестр	4
Общая трудоемкость (академ. часов)	432
Самостоятельная работа	424
Недельное количество часов	8
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
ПК-1.5.	В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики демонстрирует навыки стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	Знать:	
		поверхностно демонстрирует знания стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.3-1
		демонстрирует знания стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.3-2
		уверенно демонстрирует знания стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.3-3
		Уметь:	
		недостаточно эффективно умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.У-1
		умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.У-2
		эффективно умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.У-3
		Владеть:	
		слабо владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.В-1
владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.В-2		
уверенно владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	ПК-1.5.В-3		
ПК-2.5.	В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной	Знать	
		поверхностно демонстрирует знания особенностей управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5.



Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента	
	деятельности) практики демонстрирует навыки управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	демонстрирует знания особенностей управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. З-2	
		уверенно демонстрирует знания особенностей управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. З-1	
		Уметь		
		недостаточно эффективно умеет осуществлять управление персоналом, организацию командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. У-1	
		умеет осуществлять управление персоналом, организацию командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. У-2	
		эффективно умеет осуществлять управление персоналом, организацию командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. У-3	
		Владеть		
		слабо владеет навыками управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. В-1	
		владеет навыками управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. В-2	
уверенно владеет навыками управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	ПК-2.5. В-3			
ПК-3.8.	В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики демонстрирует навыки по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	Знать		
		поверхностно демонстрирует знания по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. З-1	
		демонстрирует знания по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. З-2	
		уверенно демонстрирует знания по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. З-3	
		Уметь		
недостаточно эффективно умеет разрабатывать и осуществлять	ПК-3.8. У-1			

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		реализацию маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	
		умеет разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. У-2
		эффективно умеет разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. У-3
		Владеть	
		слабо владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. В-1
		владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. В-2
		уверенно владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	ПК-3.8. В-3
ПК-4.5.	В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации	Знать	
		поверхностно демонстрирует знания по разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. 3-1
		демонстрирует знания по разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. 3-2
		уверенно демонстрирует знания по разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. 3-3
		Уметь	
		недостаточно эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. У-1
		умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. У-2
		эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. У-3
		Владеть	

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		слабо владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. В-1
		владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. В-2
		уверенно владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.5. В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Код индикатора компетенции	Этап формирования компетенции	Контролируемые виды работы по практике (устанавливает предприятия)	Наименование оценочного средства
1	ПК-1.5., ПК-2.5., ПК-3.8., ПК-4.5.	Подготовительный	Тема 1.1 Изучение внутренних уставных и регламентных документов, видов лицензий, знакомство с организационной структурой организации, правилами внутреннего распорядка и особенностью осуществления финансовой работы в организации, определение обязанностей специалиста Отдела маркетинга, где осуществляется практика.	Собеседование
			Тема 1.2 Обоснование актуальности, теоретической и практической значимости выбранной темы диссертационного исследования	
			Тема 1.3 Определение гипотез, целей и задач диссертационного исследования.	
			Тема 1.4 Разработка индивидуального плана научно-исследовательской практики	
2	ПК-1.5., ПК-2.5.,	Исследовательский	Тема 2.1 Постановка гипотез, определение необходимых информационных источников и выявление их наличия или	Собеседование

	ПК-3.8., ПК-4.5.		<p>отсутствия на месте прохождения практики, анализ и оценка данных источников информации для проведения дальнейших экономических расчетов. Разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, и методики их расчета</p> <p>Тема 2.2 Обработка, обобщение и анализ полученных данных аргументирование и формулирование положений, выводов, практических рекомендаций и предложений.</p> <p>Тема 2.3 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</p> <p>Тема 2.4 Оценка социальной эффективности производственной и управленческой деятельности</p> <p>Тема 2.5 Анализ информационного обеспечения управления маркетинговой деятельностью и другими технологически связанными с ней видами работ</p> <p>Тема 2.6 Анализ организации выполнения управленческих решений и контроля за их выполнением</p>	
3	ПК-1.5., ПК-2.5., ПК-3.8., ПК-4.5.	Заключительный	<p>Тема 3.1 Оценка и интерпретация полученных результатов.</p> <p>Тема 3.2 Окончательная проверка гипотез, построение системы предложений и рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности организации-места прохождения практики, внедрение данных предложений в финансово-хозяйственную научную деятельность организации.</p> <p>Тема 3.3 Анализ данных с учетом внедренных изменений, формулирование окончательных выводов, рекомендации организации для более эффективной работы</p> <p>Защита отчёта / доклад на конференции (публикация статьи)</p>	Отчет по практике, дневник практики

## РАЗДЕЛ 2.

### ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЕВ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

**2.1.** Практика по профилю профессиональной деятельности 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	
	Государственная	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 рабочих 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
<b>Всего баллов</b>		<b>100-90 (A)</b>	<b>89-75 (B, C)</b>	<b>74-60 (D, E)</b>

При подведении итогов по практике выносится дифференцированная оценка по балльной шкале.

## **2.2. 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 и дневник практики) на кафедру не позднее трех календарных дней после окончания практики. Защита проводится не позднее семи календарных дней после сдачи отчета.

Отчет о прохождении по профилю профессиональной деятельности практики должен включать разделы:

1. Титульный лист является первой страницей отчета научно-исследовательской 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 должна содержать разделы, отражающие логику проведенного анализа.

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 статьи или тезисы докладов, опубликованные в периодической печати по теме магистерской диссертации.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»):

1. Организация маркетинговых исследований как предпосылка эффективной деятельности предприятия на рынке (на примере ...).

2. Разработка мероприятий по выходу предприятия на внешний рынок (на примере...)

3. Усовершенствование процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности на предприятии / в организации

4. Повышение конкурентоспособности предприятия / организации на рынке...



5. Организация эффективной маркетинговой структуры управления предприятием/организацией на основе бенчмаркинга
6. Анализ социального развития региона и разработка рекомендаций по внедрению социального маркетинга
7. Анализ маркетинговой деятельности предприятия и направления повышения ее эффективности
8. Организация управления комплексом маркетинговых коммуникаций современного предприятия
9. Управление маркетинговой деятельностью предприятия и направления ее совершенствования в условиях формирования рыночных отношений
10. Повышение маркетингового потенциала предприятия в условиях жесткой конкуренции на рынке

## **1.2 Особенности товарной политики предприятий различных сфер деятельности в условиях микро-, мезо- и макроуровня**

1. Управление товарным ассортиментом предприятия на принципах маркетинга
2. Анализ и усовершенствование маркетинговой товарной политики предприятия
3. Усовершенствование товарной политики на предприятии производственной/торговой сферы
4. Анализ ассортимента продукции и разработка предложений по его управлению и развитию
5. Анализ рынка ... и формирование предложений по разработке нового товара предприятия в рамках прогнозируемого спроса
6. Использование современных методов стратегического анализа и разработка предложений по формированию оптимального ассортимента продукции
7. Повышение конкурентоспособности товара предприятия (на примере...) в современных региональных условиях

8. Разработка предложений по созданию торговой марки предприятия рынка...

9. Анализ товарного ассортимента предприятия и разработка эффективной товарной политики предприятия ... на рынке...

10. Усовершенствование процесса управления товарными марками на предприятии.

### **1.3 Основы формирования цены на товар/услугу в условиях рыночного пространства**

1. Пути совершенствования маркетинговой ценовой политики предприятия

2. Формирование маркетингового механизма ценообразования на предприятии

3. Анализ эффективности ценовой стратегии предприятия и ее усовершенствование

4. Анализ процесса ценообразования на предприятии и его усовершенствование

5. Повышение эффективности ценовой политики предприятия в условиях высококонкурентной рыночной среды

6. Разработка предложений по усовершенствованию процесса ценообразования с использованием маркетингового подхода

7. Оценка существующей ценовой политики предприятия и пути повышения ее эффективности

### **1.4 Политика продвижения организации как инструмент повышения эффективности ее деятельности**

1. Анализ поведения потребителей и формирование программы лояльности для предприятия

2. Внедрение методов SMM-маркетинга на рынке B2B (на примере...)

3. Пути повышения эффективности рекламной деятельности предприятия

4. Оценка эффективности политики продвижения на предприятии и пути ее повышения
5. Применение интегрированных маркетинговых коммуникаций в рамках политики продвижения предприятия/организации (на примере...)
6. Разработка уникального бренда предприятия как возможности выхода на новые рынки сбыта
7. Формирование имиджа предприятия/организации в рамках проблемы корпоративной социальной ответственности
8. Анализ PR-деятельности и разработка PR-кампании организации/предприятия для повышения эффективности ее деятельности
9. Разработка рекламной кампании предприятия на рынке ...
10. Применение Интернет-маркетинга в качестве современного средства развития предприятия

### **1.5 Эффективный процесс распределения товаров в современных условиях рыночного пространства**

1. Разработка предложений по совершенствованию сбытовой политики предприятия.
2. Пути совершенствования маркетинговой стратегии сбыта предприятия
3. Формирование эффективных каналов распределения продукции предприятия
4. Анализ сбыта предприятия и разработка мероприятий по совершенствованию политики распределения (на примере...)
5. Анализ и оценка возможностей предприятия по выходу на внешние рынки
6. Формирование эффективной политики сбыта на предприятии (на примере...)
7. Оценка и организация эффективной сбытовой деятельности предприятия (на примере...)

8. Усовершенствование процесса информационного обеспечения маркетинга на предприятии (на примере...)

9. Внедрение концепции маркетинга отношений в рамках сбытовой стратегии предприятия (на примере...)

10. Оценка эффективности сбытовой деятельности и разработка предложений по ее повышению.

#### Типовые вопросы при защите отчета по практике

Перечень вопросов
1.Опишите предприятие: отрасль, основная продукция, основной рыночный сегмент, структура и масштабы производства и реализации.
2. Охарактеризуйте организационную структуру управления предприятия и место маркетингового отдела.
3. Опишите систему маркетингового планирования в организации.
4. Опишите систему маркетинговых коммуникаций в условиях данного предприятия.
5. Сформулируйте основные тенденции в данной отрасли (на рынке данного продукта или услуги).
6. Оцените эффективность деятельности организации в целом.
7. Какие факторы играют наибольшее отрицательное влияние на деятельности организации.
8. Какие действия позволили бы повысить эффективность деятельности данной организации.