

Документ подписан электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кислюк Елена Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 01.12.2024 23:32:06  
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)**

**Технологическая (проектно-  
технологическая) практика**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент  
Профиль "Маркетинг"**

**Квалификация** *БАКАЛАВР*

**Форма обучения** *очная*

**Объём практики** *3 ЗЕТ*

**Год начала подготовки  
по учебному плану** *2023*

Составители:

*ст.препод.*



*Н.В.Близкая*

Рецензент(ы):

*канд. экон. наук, доцент*



*Т.А. Попова*

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

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинг", утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

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

*Заведующий кафедрой:*

*канд.экон.наук, доцент Попова Т.А.*



---

---

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

### 1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Задачи практики ориентируют обучающихся на:

- изучение комплекса вопросов деятельности конкретного предприятия на рынке товаров и услуг;
- изучение структуры управления предприятием;
- изучение организации, роли и функций службы маркетинга;
- изучение 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;
- выполнение индивидуального задания.

### 1.3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть	Б2.О.02(П)
-------------	------------

1.3.1. "Технологическая (проектно-технологическая) практика" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинговая товарная политика

Теория организации

Управление проектами

Мерчандайзинг

Поведение потребителей

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

Международный маркетинг

Мерчандайзинг

### 1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

#### Знать:

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости не уверенно способен корректировать способы решения задач
Уровень 2	демонстрирует знания задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач
Уровень 3	демонстрирует уверенные знания задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости уверенно способен корректировать способы решения задач

#### Уметь:

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.
Уровень 2	умеет выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.
Уровень 3	эффективно умеет выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.

#### Владеть:

Уровень 1	слабо владеет навыками выполнения задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.
Уровень 2	владеет навыками выполнения задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.
Уровень 3	уверенно владеет навыками выполнения задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.

*ПК-1: Способен организовать и участвовать в проведении маркетинговых исследований*

**Знать:**

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания в сфере маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 2	демонстрирует знания в сфере маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 3	демонстрирует глубокие знания в сфере маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.

**Уметь:**

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализировать структуру цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 2	умеет проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализировать структуру цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 3	эффективно умеет проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализировать структуру цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.

**Владеть:**

Уровень 1	слабо владеет навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 2	владеет навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 3	уверенно владеет навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.

*ПК-4: Способен организовать и проводить оперативный анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства*

**Знать:**

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
Уровень 2	демонстрирует знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию

Уровень 3	демонстрирует глубокие знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет применять знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
Уровень 2	умеет применять знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
Уровень 3	эффективно умеет применять знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками применения знаний основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
Уровень 2	владеет навыками применения знаний основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
Уровень 3	уверенно владеет навыками применения знаний основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию
<i>ПК-3: Способен организовывать работу по продвижению в сети «Интернет»</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания в сфере маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
Уровень 2	демонстрирует знания в сфере маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
Уровень 3	демонстрирует уверенные знания в сфере маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
Уровень 2	умеет применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
Уровень 3	эффективно умеет применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками применения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
Уровень 2	владеет навыками применения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.
Уровень 3	уверенно владеет навыками применения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.

**В результате прохождения "Технологическая (проектно-технологическая) практика " обучающийся должен:**

<b>1</b>	<b>Знать:</b>
	Методы теоретических и эмпирических исследований, сбора и обработки информации о маркетинговой деятельности субъекта предпринимательской деятельности.
<b>2</b>	<b>Уметь:</b>
	Обобщать информацию по итогам практических исследований деятельности предприятия.
<b>3</b>	<b>Владеть:</b>

Методами составления выводов по проведенному исследованию, прогнозирования возможных вариантов развития предприятия, составления рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

## 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 20-25 страниц формата А4 машинописного текста и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.

Результаты практики оценивает комиссия. Во внимание принимается качество отчета, который должен быть оформлен в соответствии с установленными требованиями письменного отчета, и отзыв руководителя практики от предприятия, а также устные ответы студента на вопросы по прохождению и результатам практики. По итогам аттестации комиссия выставляет дифференцированную оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно).

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению в установленном порядке из института, как имеющие академическую задолженность.

Структура отчета.

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 "Технологическая (проектно-технологическая) практика" составляет 3 зачётные единицы, 108 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
<b>Раздел 1. Подготовительный</b>						
<b>Тема 1.1 Прохождение инструктажа по технике безопасности /Пр/</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7</b>	<b>Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1</b>		

Тема 1.2 Ознакомление с тематикой отчетов по производственной (технологической (проектно-технологической)) практике. Выбор темы /Ср/	6	5	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 1.3 Методы и методология проведения исследования в соответствии с тематикой индивидуального задания /Ср/	6	5	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
<b>Раздел 2. Аналитический</b>						
Тема 2.1 Анализ организационной характеристики предприятия /Ср/	6	10	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 2.2 Исследование структуры управления маркетинговой деятельностью предприятия /Ср/	6	10	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 2.3 Анализ маркетинг-микса на предприятии /Ср/	6	10	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 2.4 Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	6	15	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 2.5 Разработка мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	6	10	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 2.6 Оценка эффективности внедрения предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности /Ср/	6	10	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
Тема 2.7 Обобщение аналитических материалов /Ср/	6	11	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		
<b>Раздел 3. Заключительный</b>						
Тема 3.1 Подготовка и защита отчета по практике /Ср/	6	20	УК-2.10,ПК-1.9,ПК-3.7,ПК-4.7	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5,Л3.1		



### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе прохождения производственной (технологической (проектно-технологической)) 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 деятельности предприятия, учебного материала, изучением дополнительной литературы по логистике.

### 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	Сабурова, М. М. Организация работы отдела маркетинга : теория и практика [Электронный ресурс]: учебник. - Ульяновск : УлГТУ, 2017. - 236 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/221.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/221.pdf</a>
Л1.4	Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) [Электронный ресурс]: учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2017. - 192 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/178.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/178.pdf</a>
Л1.5	Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]: учебное пособие для практических занятий . - М. : КНОРУС, 2011. - 374 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2012/Zaharova.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2012/Zaharova.pdf</a>
Л1.2	Котлер, Филип Основы маркетинга =Marketing essentials . - М. : Оригинал, 2006. - 699 с.
Л1.1	Маркетинг : учебно-методическое пособие. - Донецк : ДонАУиГС, 2017. - 323 с.

###### Дополнительная литература

Л2.1	Котлер, Филип Основы маркетинга. Краткий курс: Краткий курс. - М. : Издательский дом "Вильямс", 2003. - 656 с.
Л2.5	Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) [Электронный ресурс]: учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2013. - 166 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2014/149.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2014/149.pdf</a>
Л2.2	Николайчук, В.Е. Основы конкурентного маркетинга: учебное пособие. - Донецк : "Ноулидж" донецкое отделение, 2010. - 514 с.
Л2.3	Котлер, Филип Маркетинг менеджмент : Экспресс-курс :экспресс-курс. - С-Пб. : Питер, 2002. - 496 с.
Л2.4	Маркетинговые исследования : планирование и организация [Электронный ресурс]: учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2015. - 318 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/67.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/67.pdf</a>

###### Дополнительная литература

Л3.1	Производственная (технологическая (проектно-технологическая)) практика: методические рекомендации по организации и прохождению производственной (технологической (проектно-технологической)) практики для обучающихся образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль "Маркетинг") очной/заочной формы обучения: Методические рекомендации. - Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022. -
------	--

#### 4.2. Перечень ресурсов сети Интернет

Э1	Стратегии маркетинга. Режим доступа: <a href="http://www.wilsonweb.com/awards">http://www.wilsonweb.com/awards</a>
Э2	Маркетинговые фирмы и периодические издания по маркетингу. Режим доступа: <a href="http://www.emar.com/internet/hot">http://www.emar.com/internet/hot</a>
Э3	Стратегии маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм. Режим доступа: <a href="http://www.nsns.corn:80/MouseTracs">http://www.nsns.corn:80/MouseTracs</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 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, 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 субъекта хозяйственной деятельности.
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 "Технологическая (проектно-технологическая) практика" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС". Фонд оценочных средств "Технологическая (проектно-технологическая) практика" 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 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 (технологической (проектно-технологической)) практики, требования к оформлению отчетной документации и критерии оценивания при подведении итогов практической подготовки обучающихся. Производственная практика проводится с целью формирования и развития профессиональных знаний в сфере выбранного направления подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам бакалавриата, установления их связи с практической деятельностью, овладения необходимыми профессиональными компетенциями по выбранному направлению подготовки, а также с целью сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки научных предложений и научных идей, подготовки к написанию дипломной работы. В полном объеме методические рекомендации по организации и прохождению производственной (технологической (проектно-технологической)) 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 (технологической (проектно-технологической))  
практике»

Направление подготовки	38.03.02. Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная

Донецк  
2023

Фонд оценочных средств по «Производственной (технологической (проектно-технологической)) практике» для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») 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



А. Попова

## 1.1. Основные сведения о технологической (проектно-технологической) практике

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

Таблица 1

Основные сведения о технологической (проектно-технологической) практике

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	« Маркетинг»
Формы контроля	Собеседование, отчет по практике, дневник
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	6
Общая трудоемкость (академ. часов)	108
Самостоятельная работа	106
Недельное количество часов	6
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
УК-2.10.	В результате прохождения производственной (технологической (проектно-технологической)) практики демонстрирует навыки выполнения задачи в зоне своей ответственности в	Знать: демонстрирует поверхностные знания задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости не уверенно способен корректировать способы решения задач	УК-2.10.3-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента	
	соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	демонстрирует знания задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач	УК-2.10. З-2	
		демонстрирует уверенные знания задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости уверенно способен корректировать способы решения задач	УК-2.10. З-3	
		Уметь:		
		недостаточно эффективно умеет выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	УК-2.10. У-1	
		умеет выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	УК-2.10. У-2	
		эффективно умеет выполнять задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	УК-2.10. У-3	
		Владеть:		
		слабо владеет навыками выполнения задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	УК-2.10. В-1	
		владеет навыками выполнения задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	УК-2.10. В-2	



Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		уверенно владеет навыками выполнения задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости способен корректировать способы решения задач.	УК-2.10. В-3
ПК-1.9.	В результате прохождения производственной (технологической (проектно-технологической)) практики демонстрирует навыки проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	Знать	
		демонстрирует поверхностные знания в сфере маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства	ПК-1.9. 3-1
		демонстрирует знания в сфере маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.-планирования, системного анализа	ПК-1.9. 3-2
		демонстрирует глубокие знания в сфере маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-1.9. 3-1
		Уметь	
		недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его	ПК-1.9. У-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		изменения; анализировать структуру цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	
		умеет проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализировать структуру цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-1.9. У-2
		эффективно умеет проводить маркетинговые исследования, формировать технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализировать структуру цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-1.9. У-3
		Владеть	
		слабо владеет навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-1.9. В-1
		владеет навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-1.9. В-2
		уверенно владеет навыками проведения маркетинговых	ПК-1.9. В-3

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		исследований, формирования технологий, маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; а-планирования, системного анализа	
ПК-3.7.	В результате прохождения производственной (технологической (проектно-технологической)) практики способен применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	Знать	
		демонстрирует поверхностные знания в сфере маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. 3-1
		демонстрирует знания в сфере маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. 3-2
		демонстрирует уверенные знания в сфере маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. 3-3
		Уметь	
		недостаточно эффективно умеет применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. У-1
		умеет применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. У-2
		эффективно умеет применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. У-3
		Владеть	
		слабо владеет навыками применения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения	ПК-3.7. В-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		электронной аналитики, рассылок, дизайна.	
		владеет навыками применения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. В-2
		уверенно владеет навыками применения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет»; программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна.	ПК-3.7. В-3
ПК-4.7.	В результате прохождения производственной (технологической (проектно-технологической)) практики демонстрирует знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	Знать	
		демонстрирует поверхностные знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. З-1
		демонстрирует знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. З-2
		демонстрирует глубокие знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. З-3
		Уметь	
		недостаточно эффективно умеет применять знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. У-1
		умеет применять знания основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. У-2
		эффективно умеет применять знания основных этапов проведения маркетинговых исследований,	ПК-4.7. У-3

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	
		Владеть	
		слабо владеет навыками применения знаний основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. У-2 В-1
		владеет навыками применения знаний основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. У-2 В-2
		уверенно владеет навыками применения знаний основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализацию	ПК-4.7. У-2 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	Наименование оценочного средства*
1.	УК-2.10, ПК-1.9, ПК-3.7, ПК-4.7	Подготовительный этап	Тема 1.1. Ознакомление с базой практики. Прохождение инструктажа по технике безопасности	Собеседование
			Тема 1.2 Ознакомление с тематикой отчетов по производственной практике. Выбор темы	
2.	УК-2.10, ПК-1.9, ПК-3.7, ПК-4.7	Аналитический этап	Тема 2.1. Работа в должности, соответствующей направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») или дублирование должностных обязанностей специалиста организации	Собеседование
			Тема 2.2. Анализ организационной характеристики предприятия	

			Тема 2.3. Анализ состояния рынка и основных факторов внешней и внутренней среды предприятия	
			Тема 2.4. Анализ организации и эффективности управления маркетинговой службой предприятия	
			Тема 2.5. Технология маркетинговых мероприятий	
			Тема 2.6. Анализ технико-экономических показателей деятельности предприятия	
			Тема 2.7. Проведение исследования в соответствии с тематикой индивидуального задания	
			Тема 2.8. Обобщение аналитических материалов, составление рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности	
3.	УК-2.10, ПК-1.9, ПК-3.7, ПК-4.7	Заключительный этап	Тема. 3.1 Подготовка и защита отчета по производственной практике.	Отчет по практике

## РАЗДЕЛ 2.

### ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЕВ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

**2.1.** Технологическая (проектно-технологическая) практика обобщенно оценивается по следующим критериям:

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

*Таблица 4*

#### Обобщенные критерии оценивания

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания			Обобщенные критерии	
	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;

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания			Обобщенные критерии	
	Государственная	Баллы			ECTS
1	2	3	4	5	6
					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
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

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания				Обобщенные критерии
	Государственная	Баллы		ECTS	
1	2	3	4	5	6
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 обучающимся 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 на кафедру не позднее трех календарных дней после окончания практики. Защита проводится не позднее семи календарных дней после сдачи отчета.

Объем отчетной документации по практической подготовке соответствует направлению подготовки (профиль) отчет имеет следующую структуру:

1. Титульный лист.

2. СОДЕРЖАНИЕ. Содержание должно включать наименование и номера начальных страниц всех глав и параграфов отчета. В содержание необходимо включить все заголовки, имеющиеся в отчетной документации, начиная с введения и заканчивая приложениями.

3. ВВЕДЕНИЕ. Во введении приводится обоснование актуальности поставленных задач, объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи, обозначаются используемые методы исследования

4. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (количество глав и их содержание определяется методическими рекомендациями конкретного вида практики. Изложение материала должно быть в нескольких разделах. При написании разделов следует обратить внимание на обеспечение логической связи между ними, последовательность перехода из одной части к другой, на соотношение теоретического и фактического материалов. Раскрытие изучаемого вопроса осуществляется через анализ собранных материалов по исследуемому объекту).

5. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Заключение должно содержать основные выводы и выявленные проблемы о проделанной работе, при этом выводы должны быть краткими, органически вытекать из содержания всей работы)

7. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

8. ПРИЛОЖЕНИЯ. Это могут быть образцы документов, которые обучающийся в ходе практики самостоятельно составлял или в оформлении которых принимал участие, а также документы, в которых содержатся сведения о результатах работы обучающегося в период прохождения практики.

Примерные темы индивидуальных заданий по технологической (проектно-технологической) практике:

1. Организация маркетингового управления на предприятии.

2. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга.

3. Разработка маркетингового бизнес-плана производства и сбыта нового товара.

4. Анализ маркетинговых мероприятий по продвижению товаров предприятия.
5. Маркетинговые аспекты рекламной деятельности предприятия.
6. Анализ сбытовой деятельности предприятия.
7. Маркетинг вторичных ресурсов.
8. Анализ организации маркетинговых мероприятий на предприятии.
9. Создание имиджа предприятия как мероприятий по усовершенствованию сбытовой деятельности.
10. Инновационный маркетинг в условиях современного предприятия.

Полный перечень тем индивидуальных заданий по производственной представлен в Методических рекомендациях по организации и прохождению производственной практики.

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

Таблица 6

Типовые контрольные задания и вопросы для оценки знаний

Этапы практики	Контрольное задание
Подготовительный этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия.</li> <li>2. Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности.</li> <li>3. Какие локальные нормативные акты Вами изучены?</li> <li>4. К какому типу относится организационная структура предприятия</li> </ol>
Аналитический этап	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью?</li> <li>2. Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии?</li> <li>3. Какие маркетинговые мероприятия осуществляются на исследуемом предприятии?</li> <li>4. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия?</li> <li>5. Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии?</li> <li>6. Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования?</li> <li>7. Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали?</li> <li>9. Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по</li> </ol>

	повышению эффективности маркетинговой деятельности?
Заключительный этап	Почему выбрана данная тема индивидуального задания? Охарактеризуйте объект исследования. Охарактеризуйте предмет исследования. Какие методы исследования были использованы при написании отчета по производственной практике? Какой вид исследования вами был осуществлен при написании отчета по практике?