

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра «Маркетинг и логистика»

Рабочая программа научно - исследовательской практики

Укрупненная группа направлений подготовки:	38.00.00 Экономика и управление
Специальность:	38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг
Уровень высшего профессионального образования:	Магистратура
Образовательный уровень:	Магистр
Квалификация	Экономист
Форма обучения:	очная, заочная

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана экономического факультета
Полшков Ю.Н.

М.П.

Рабочая программа научно - исследовательской практики составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг и «Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утверждённого приказом Министерства образования и науки ДНР «30» октября 2015 г. № 750» с учетом «Изменений к Положению об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» от 10.08.2016 г. № 832.

Разработчик:

Доцент кафедры «Маркетинг и логистика», к.э.н., доц. Молохова Я.О.

Рабочая программа научно - исследовательской практики утверждена на заседании кафедры «Маркетинг и логистика»

Протокол № 1 от 01.09.2016 г.

И.о. зав. кафедрой _____ Т.В. Ибрагимхалилова

Рабочая программа научно - исследовательской практики одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 1 от 15.09.2016 г.

Председатель учебно-методической комиссии экономического факультета _____ Е.Н. Стрелина

1. Область применения и место научно - исследовательской практики в структуре ООП магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг.

Научно - исследовательская практика является вариативной частью профессионального блока дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль Маркетинг) и представляет собой вид учебной работы, направленный на развитие исследовательских навыков и умений, а также формирование компетенций обучающихся в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Научно – исследовательская практика реализуется на экономическом факультете Дон НУ кафедрой «Маркетинг и логистика».

Научно – исследовательская практика проводится на втором году обучения в магистратуре (4 семестр). Она является одним из видов практик, которая проводится в рамках учебного плана по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг и является обязательной для прохождения всеми студентами.

Продолжительность практики 108 часов. Объем практики – 3 зачетные единицы.

Проведение практики должно обеспечить получение студентами представления о наборе компетенций направления подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг, закрепленных за данным видом практики.

Приобретенные в ходе прохождения практики знания, умения и навыки, а также рабочие материалы предприятия должны составить практическую основу для написания выпускной квалификационной работы (дипломного проекта (работы)).

2. Нормативные ссылки

Настоящая программа разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Закона Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 13.07.2015 г.;
- Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной республики, утвержденного приказом МОН ДНР от 10.10.2015г. № 750;
- Государственного образовательного стандарта Высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, утвержденного приказом МОН ДНР от 16.09.2016 г. № 936;
- Изменения к «Положению об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» от 10.08.2016 г. № 832;
- Типовое положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики от 16.12.2015 № 911;
- локальных нормативных актов Университета;
- других нормативными документами МОН ДНР и Университета.

3. Общие положения

Научно – исследовательская практика реализуется на базе кафедры «маркетинга и логистики».

Практика обязательна для студентов очной и заочной форм обучения.

Научно – исследовательская практика предназначена для апробации результатов научно-исследовательской деятельности обучающегося в производственных условиях и их внедрения в практическую деятельность предприятия.

Конкретные виды работ определяются индивидуальным учебным планом обучающегося и темой научно-квалификационной работы, в рамках которой выполняется научно-исследовательская деятельность.

Прохождение практики осуществляется в соответствии с учебным планом и утвержденной программой практики и завершается составлением отчета о практике и его защитой.

Оформленный отчет одновременно с заполненным «Дневником» магистранта по практике, заверенным руководителем практики от организации, характеристикой с места прохождения практики сдается руководителю практики от кафедры на проверку. Принятый руководителем отчет подлежит защите.

Магистрант, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе и неудовлетворительную оценку при защите отчета, или не защитивший отчет в установленный срок, не допускается к защите магистерской диссертации.

Формой контроля по результатам прохождения данной практики является дифференцированный зачет.

4. Цели и задачи научно - исследовательской практики

Целью научно – исследовательской практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (научно-исследовательской) является формирование у обучающихся компетенций, необходимых для научно - исследовательской деятельности в области маркетинга; проведение магистрантом научного исследования, выполнение конкретных проектов по совершенствованию систем управления маркетингом в целом или определенных подсистем в соответствии с выбранной темой, целью и задачами магистерской диссертации на основе применения теоретических знаний, полученных в период обучения в магистратуре университета.

Основными задачами практики являются следующие:

- формирование профессиональных, коммуникативно-организационных и инструментальных компетенций магистранта;
- применение и углубление теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных научно-практических, организационно-экономических и управленческих задач;
- развития умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности с применением современных методов исследования;
- развитие умения разрабатывать модели организационно-экономических систем маркетинга на основе расчетов эффективности их применения;
- сбор материалов по теме магистерской диссертации.

Полнота и степень детализации решения этих задач определяется особенностями конкретной организации - базы практики и темой магистерской диссертации.

5. Требования к результатам прохождения практики

Процесс прохождения научно - исследовательской практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг:

общекультурных (ОК):

- ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
- ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

общепрофессиональных (ОПК):

- ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

профессиональных (ПК):

- ПК - 4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
- ПК-7 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
- ПК-8 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
- ПК-9 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования
- ПК-10 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

Планируемые результаты прохождения научно – исследовательской практики – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры.

При выполнении этих заданий магистрант должен проявить умение:

- разбираться в плановых и отчетных документах;
- разбираться в производственных и управленческих ситуациях;

- делать обоснованные выводы из анализируемых материалов;
- выполнять технико-экономические расчеты, связанные с анализом деятельности организации и технико-экономическим обоснованием мероприятий по совершенствованию процессов управления маркетингом.

6. Содержание научно – исследовательской практики и рекомендации по ее проведению

Общая трудоемкость прохождения практики составляет 108 часов – 3 кредита ECTS.

Научно-исследовательская практика организуется в соответствии с профилем магистерской программы и нацелена на формирование требуемых компетенций магистрантов. При проведении практики учитывается индивидуальная образовательная траектория, тема магистерской диссертации, а также вид профессиональной деятельности, избранной магистрантом.

Научно – исследовательская практика включает выполнение магистрантом перечня заданий по профилю его будущей деятельности.

Научно-исследовательская практика нацелена на изучение, сбор, обработку и систематизацию материалов для написания магистерской диссертации. В связи с этим конкретная рабочая программа прохождения практики должна быть составлена индивидуально каждым магистрантом совместно с руководителем магистерской диссертации с учетом ее темы, базы практики и данной программы.

Задание, выполняемое магистрантом, носит индивидуальный характер, так как зависит непосредственно от темы магистерской диссертации. Оно связано с изучением состояния системы управления организации - базы практики и ее отдельных подразделений в исследуемом аспекте, а также с разработкой проектных предложений по совершенствованию системы управления маркетингом в выбранном направлении, оценкой экономической и социальной эффективности проектных предложений.

1. Для анализа системы управления маркетингом по рассматриваемой проблеме практикантам необходимо изучить:

- общие функции управления (планирование, организацию, мотивацию, контроль, регулирование и координацию);
- подразделения служб маркетинга и сбыта (продаж), их конкретные функции в соответствии с темой магистерской диссертации, используя для этого положения об отделах и службах, должностные инструкции;
- технологию маркетингового управления с учетом состава и последовательности принятия решений, состав и последовательность выполнения важнейших функций по рассматриваемой проблеме;
- количественный и качественный состав менеджеров и специалистов, занятых в маркетинговых подразделениях;
- состав и формы документов, используемых службами маркетинга и сбыта для выполнения своих функций;
- состав технических средств, средств связи, периферийных устройств, компьютерной техники, используемых при выполнении функций (процессов) управления маркетингом.

2. Выявить причины негативной ситуации по рассматриваемой проблеме и определить их место в системе управления маркетингом.

3. Составить задание на организационное проектирование, в котором отразить цели совершенствования системы управления маркетингом, сформулировать перечень проектных решений по рассматриваемой проблеме с их краткой характеристикой, указать предполагаемые затраты, факторы и источники экономической и социальной эффективности проектных предложений.

Виды работ, выполняемые в процессе практики:

- ведение библиографической работы, в том числе с привлечением информационных технологий;
- выбор необходимых методов исследования, исходя из задач исследования;
- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы, разработке и реализации инновационных проектов;
- подбор необходимых материалов для выполнения магистерского исследования;
- обработка полученных в ходе исследования данных, их анализ и грамотная интерпретация;
- представление результатов в виде законченных научно-исследовательских разработок и их защита.

Последовательность и виды работ, выполняемых в процессе прохождения практики, могут быть изменены /перераспределены в соответствии с задачами конкретного исследования (без изменения общей трудоемкости практики).

7. Базы практики и рабочие места магистрантов

Базами научно-исследовательской практики магистрантов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг могут быть следующие учреждения:

- научно-исследовательские институты;
- маркетинговые агентства, исследовательские и консалтинговые компании;
- рекламные агентства и ПР-агентства;
- международные, иностранные компании и ассоциации и их представительства;
- совместные предприятия;
- международные, маркетинговые отделы и другие подразделения предприятий и организаций, ведущих внешнеэкономическую деятельность;
- предприятия и организации как коммерческие, так и некоммерческие, входящие в цепи поставок;
- предприятия и организации различных форм собственности и организационно-правовых форм, а также их филиалы, представительства, объединения.

8. Организация и руководство научно – исследовательской практикой

Практика организуется в тех организациях, с которыми институтом заключены договоры о сотрудничестве. Кроме того, магистрантам предоставляется право самостоятельного выбора места прохождения практики.

Обязательным условием прохождения практики является наличие гарантийного письма, в котором отражены обязательства организации о соблюдении требований, предъявляемых настоящей программой практики.

Общее учебно-методическое руководство и организацию практики осуществляет выпускающая кафедра «маркетинга и логистики». Непосредственное руководство практикой обеспечивает научный руководитель магистранта. При необходимости для консультаций привлекаются высококвалифицированные преподаватели и специалисты, занимающиеся научно-исследовательской и (или) научно-методической деятельностью, соответствующей профилю подготовки конкретного магистранта.

При определении целей и задач практики магистранта необходимо учитывать тему его магистерской диссертации, а также исходить из того, что на рабочем месте будущий специалист должен получить определенные научно-практические навыки выполнения конкретной работы по совершенствованию управления маркетингом.

Перед началом практики, руководствуясь темами магистерских диссертаций, кафедра распределяет магистров по базам практики в соответствии с заключенными договорами или индивидуальными гарантийными письмами.

Руководитель практики проводит с магистрантами консультации, контролирует соблюдение ими установленного порядка прохождения практики, оказывает им помощь в выполнении индивидуальных заданий.

При прохождении практики магистрант обязан следующее:

- выполнять график прохождения практики и все задания, предусмотренные данной программой;
- строго выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать правила охраны труда и техники безопасности;
- выполнять задание по научно-исследовательской работе.

В обязанность руководителя практики от организации входит следующее:

- обеспечение доступа практикантов на рабочее место и к необходимой информации;
- систематический контроль за качеством выполняемой магистрантами работы и соблюдением всех трудовых и корпоративных норм поведения в коллективе.

9. Содержание и форма отчета

Результаты прохождения практики последовательно отражаются в Отчете о научно-исследовательской практике.

Магистранты представляют отчет по итогам НИП.

Отчет должен содержать аргументированное освещение поставленных вопросов с ясными выводами и ссылками на использованные исследования и источники.

Отчет по практике оформляется в соответствии с требованиями по оформлению письменных работ. Титульный лист отчета оформляется в соответствии с образцом в приложении А.

При оформлении отчета по практике студент должен продемонстрировать свои умения работы с текстовым материалом. Отчет должен быть разбит на разделы, к каждому из которых могут быть применены отдельные параметры (например, колонтитулы с фамилией студента должны присутствовать только в индивидуальном задании).

Оглавление, добавляемое в отчет, может быть вставлено как автоматическое оглавление. Нумерация для всех страниц отчета – общая, начинается с введения.

На титульном листе и листе оглавления нумерация не ставится.

Оглавление отчета может включать как разделы, на которые разбит сам отчет,

так и разделы, на которые разбит материал первой части, выполненной в виде характеристики предприятия.

Список источников информации должен включать в себя источники информации, использованные при подготовке реферата.

10. Способы диагностики знаний для проведения промежуточной аттестации

10.1 Форма аттестации практики и порядок ее проведения

В установленные сроки (определяемые графиком проведения практики) студенты должны представить отчет по практике на кафедру «маркетинга и логистики». Отчет проверяется руководителем практики от кафедры. При неправильном оформлении отчета – он направляется на доработку, после которой студент должен вновь представить отчет на кафедру для его оценки руководителем практики от кафедры.

Зачет магистранту за научно-исследовательскую практику выставляется с учетом следующего:

а) оценки, отражающей активность магистранта, проявленную в ходе прохождения практики, на основе его деловых, личностных качеств и творческих способностей, полученной за научно-исследовательскую практику в организации;

б) уровня защиты отчета о научно-исследовательской практике, отражающего способность магистранта защищать результаты своей работы.

После получения допуска студент может ознакомиться с предварительной оценкой отчета. Оценка осуществляется по балльно-рейтинговой системе оценивания, приведенной в таблицах 1,2.

Балльно-рейтинговая система для оценки успеваемости практикантов представлена в таблице 1.

Таблица 1

Балльно-рейтинговая система для оценки успеваемости практикантов

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл	Всего
Компонент своевременности	20	20
Правильное оформление отчета	30	30
Качество содержания отчета	30	30
Итого максимум за период:	80	80
Защита отчета (максимум)	20	20
Итого	100	100

Таблица 2

Порядок оценивания академической успеваемости обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено

FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

10.2. Форма результата прохождения практики и критерии ее оценки

Проверенный отчет о практике является для студента, проходящего практику самостоятельно, обязательным требованием для допуска к участию в аттестационном мероприятии (дифференцированном зачете).

Защита отчета проводится по расписанию.

На защиту выносится изложение содержания типового задания.

Получение зачета по практике для каждого студента носит обязательный характер.

Студенты, не выполнившие программу практики или получившие оценку «не зачтено» или «неудовлетворительно», считаются имеющими академическую задолженность в соответствии с Положением об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной республики, утвержденного приказом МОН ДНР от 10.10.2015г. № 750.

11. Структура и содержание отчета о прохождении практики

Отчет по практике должен содержать следующие разделы:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение
4. Раздел 1: Основное (типовое) задание.
5. Раздел 2: Индивидуальное задание.
6. Заключение
7. Список использованных источников.

В разделе «Введение» отчета обязательно указывается, какие компетенции практикант планирует освоить. В разделе «Заключение» отчета студент обязательно указывает, каким образом были освоены общекультурные компетенции.

Отчет по практике сдается на кафедру в печатном виде.

12. Образовательные, научно – исследовательские и научно- производственные технологии, используемые на практике

При прохождении научно - исследовательской практики магистры могут использовать следующие современные образовательные, научно-исследовательские и научно- производственные технологии:

- компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации технико-экономической информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.;
- использование библиотечного фонда; организационно-информационные технологии;

- вербально-коммуникационные технологии (консультации с руководителем по практике); наставничество;
- информационно-консультационные технологии (консультации ведущих преподавателей);
- информационно-коммуникационные технологии (информация из интернета).

Научно-исследовательские технологии при прохождении практики могут включать в себя:

- определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановку исследовательской задачи;
- разработку инструментария исследования;
- сбор, обработка, анализ и предварительную систематизацию фактического и литературного материала;
- использование информационно-аналитических компьютерных программ и технологий;
- использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий;
- систематизация фактического и литературного материала; обобщение полученных результатов;
- формулирование выводов по общей части программы практики;
- экспертизу результатов практики (предоставление материалов дневника и отчета о практике; оформление отчета о практике).

13. Материально-техническое обеспечение процесса прохождения практики

В процессе прохождения практики студенты имеют возможность использовать учебные материалы по изучаемым дисциплинам, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. С использованием ресурсов платформы дистанционного обучения также осуществляется текущий контроль знаний студентов.

14. Учебно – методическое и информационное обеспечение практики

Основная литература

1. Азимов, С. Продажи, переговоры: Практика, примеры / С. Азимов. – Москва [и др.]: Питер, 2013. - 320 с.
2. Болдин А.П. Основы научных исследований: учебник. – М.: Академия, 2012. – 336 с.
3. Власов П.К., Киселева А. А., Осичев А. В. Методы исследований и организация экспериментов. - М.: Гуманитарный центр, 2013. – 412 с.
4. Зозулев, А. В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: теория, методология, статистика / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. - М.: Рыбари; К.: Знания, 2008. - 643 с.
5. Зозулев, А. В. Маркетинг: учеб. пособ. / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина; под ред. С. А. Солнцева. - Киев: Знания; Москва: Рыбари, 2011. - 421 с.
6. Йеннер, Т. Маркетинговое планирование / Т. Йеннер; [пер. с нем. О. А. Шипиловой]. - Харьков: Гуманит. Центр, 2010. - 274 с.
7. Капон, Н. Управление маркетингом: [учебник] / Н. Капон, В. Б. Колчанов, Д.

Макхалберт; [пер. с англ. В. Б. Колчанова]. - Москва [и др.]: Питер, 2010. - 832 с.

8. Кожухар В.М. Основы научных исследований: учеб. пособие. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.

9. Лысенко, Д. В. Экономический анализ: учебник / Д. В. Лысенко. - Москва: Проспект, 2008. - 376 с.

10. Маркетинг и логистика в управлении коммерческой деятельностью предприятий: отраслевой и региональный аспекты / под общ. ред. М. И. Белявцева, С. И. Гриценко ; Донецкий нац. ун-т. - Донецк: ДонНУ, 2012. - 523 с.

11. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва: Аспект Пресс, 2013. - 198 с.

12. Создание эффективных дистрибьюторских сетей [Электронный ресурс]: стратегии и модели сбыта / Изд. дом Равновесие. - М.: Равновесие: Диполь, 2007.

13. Почепцов, Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций: [учеб. пособие для студентов и аспирантов] / Г. Г. Почепцов. - Киев: Альтерпрес, 2008. - 407 с.

14. Шкляр М.Ф. Основы научных исследований: учеб. пособие. - 4-е изд. - М.: Дашков и К^О, 2012. - 244 с.

Дополнительная литература

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. Ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд. - Москва: Питер, 2008. - 733 с.

2. Блохина, Т. К. Экономика и управление инновационной организацией: учебник для бакалавров и магистров / Т. К. Блохина, О. Н. Быкова, Т. К. Ермолаева; ФГБОУ ВПО РГАИС. - Москва: Проспект, 2015. - 427 с.

3. Бойко, И. И. Классический маркетинг и маркетинговые экспертные оценки: учебное пособие для студентов вузов / И. И. Бойко; Украинский гуманитарный институт. - Киев: Кондор, 2008. - 302 с.

4. Бор М.И. Основы экономических исследований. – М.: ДИС, 2008. – 144 с.

5. Кузнецов И.Н. Основы научных исследований: учеб. пособие. - М.: Дашков и К^О, 2013. - 283 с.

6. Лайл М. Спенсер-мл., Сайн М Спенсер. Компетенции на работе. - Пер. с англ. М: НИРРО, 2015. - 384 с.

7. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум / [Т. Д. Бурменко, В. Ю. Баганов, О. Н. Баева и др.]; под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва: КНОРУС, 2013. - 422 с.

8. Экономический анализ: основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации/[подгот.: Н. В. Войтоловский и др.]; под ред. Н. В. Войтоловского [и др.]; С.-Петербур. гос. ун-т экономики и финансов. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2013. - 548 с.

Периодическая и электронные ресурсы

1. Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. – Режим доступа: ef.donnu-support.ru

2. Библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru

3. Журнал «Эксперт», <http://www.expert.ru>
4. Журнал «Секрет фирмы», <http://www.sf-online.ru>
5. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», <http://dis.ru/manag>
6. Журнал «Тор-Manager», <http://www.top-manager.ru>
7. Журнал «Директор-Инфо», <http://www.director-info.ru>
8. Журнал «Реальный бизнес», <http://www.real-business.ru>

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

**О Т Ч Е Т
по научно – исследовательской практике**

Студента (ки)

Укрупненная группа направлений подготовки:	38.00.00 Экономика и управление
Специальность:	38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг
Уровень высшего профессионального образования:	Магистратура
Образовательный уровень:	Магистр
Квалификация	Экономист
Форма обучения:	очная, заочная

Руководитель практики
от организации

_____ (подпись) _____ Ф.И.О.

Руководитель практики
от кафедры

_____ (подпись) _____ Ф.И.О.

Государственная шкала _____

Количество баллов: _____

Оценка: ECTS _____

Члены комиссии:

_____ (подпись) _____ (фамилия и инициалы)

_____ (подпись) _____ (фамилия и инициалы)

Учебное издание

Молохова Ярослава Олеговна

Рабочая программа научно - исследовательской практики
уровня высшего профессионального образования «Магистратура»
по специальности 38.04.02 Менеджмент, профиль Маркетинг
очной и заочной форм обучения

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
Протокол заседания кафедры № 01 от 01.09. 2016 г.
И.о. зав. кафедрой _____ Т.В. Ибрагимхалилова