

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет
Кафедра маркетинга и логистики



СВЕРЖДАЮ
проректор

Машаров П. А. Машаров
29 марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ: ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа магистратура
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа	Маркетинг
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная


Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа «Учебной практики: ознакомительной практики» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Магистерская программа: Маркетинг) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 952, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

профессор кафедры маркетинга и логистики
д-р экон. наук, доцент

 Т. В. Ибрагимхалилова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики.
Протокол от 26.03.2024 г. № 8а.

Заведующий кафедрой



Т. В. Ибрагимхалилова

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета
28.03.2024 г.



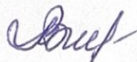
Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета.
Протокол от 27.03.2024 г. № 7.
Председатель



Е. Н. Стрелина

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,
д-р экон. наук, доц.
26.03.2024 г.



Т. В. Ибрагимхалилова

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается прохождение данной практики:

Для прохождения данного вида практики необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами базовой части учебного плана. Перечень дисциплин, которые являются основой для учебной практики: «Методология и методы научных исследований», «Современный стратегический анализ», «Маркетинговый менеджмент», «Рекламный менеджмент», «Управление экономической безопасностью», «История и философия науки», «Охрана труда в профессиональной деятельности».

Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее:

Учебная практика: ознакомительная проводится в начале второго семестра по завершении теоретического обучения первого семестра обучения. Она является первым видом учебной практики, которая проводится в рамках учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и является обязательной для прохождения всеми студентами.

Проведение учебной практики должно обеспечить получение студентами представления о наборе компетенций по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, закрепленных за учебной практикой.

Приобретенные в ходе прохождения практики знания, умения и навыки, а также рабочие материалы студентов должны составить практическую основу для последующей учебной работы, для дальнейшего осознанного и углубленного изучения профессиональных дисциплин, а также при выполнении научно-исследовательской работы и выпускной квалификационной работы.

Полученные знания и навыки в ходе прохождения учебной практики способствуют более обоснованному выбору специализации студентом.

2. ОПИСАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1 Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.04.02 Менеджмент (Магистерская программа: Маркетинг)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б2. Б.2. «Учебная практика: ознакомительная практика»
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	3/108

2.2 Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	2	-	-	-	-	108	Диф. зачет
Заочная	2	4	-	-	-	-	108	Диф. зачет

3. ЦЕЛЬ ПРАКТИКИ

Цель учебной практики: ознакомительной практики – получение магистрантами первичных профессиональных умений, навыков и компетенций на основе закрепления и

расширения теоретических и практических знаний, умений, навыков, приобретенных при изучении теоретических и прикладных учебных дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана ФГБОУ ВО «ДонГУ» по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерской программы «Маркетинг», а также формирование первоначального практического опыта, необходимого для успешного осуществления будущей профессиональной деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

4.1. Компетенции

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.

ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно – аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;

ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно – управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;

ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес – модели организаций;

ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно – исследовательские проекты.

Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий:

ПК-1. Способен разрабатывать сбытовую стратегию и маркетинговые программы продуктов, услуг и технологий

ПК-2. Способен осуществлять операционное и стратегическое управление процессами маркетинговой деятельности организации

Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический:

ПК-3. Способен осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование маркетинговой деятельности организации

ПК-4. Способен самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга.

4.2. Индикаторы компетенций

Индикаторы вышеперечисленных компетенций и планируемые результаты прохождения учебной практики: ознакомительной практики аналогичны индикаторам и результатам освоения таких предшествующих дисциплин, составляющих основу для прохождения данной практики, как «Методология и методы научных исследований», «Современный стратегический анализ», «Маркетинговый менеджмент», «Рекламный менеджмент».

4.2. ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Программа учебной практики: ознакомительной практики предполагает обязательное выполнение каждым обучающимся по программе бакалавриата заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры. Общая трудоемкость учебной (педагогической) практики составляет 3 з.е. (108 часов, 2 недели) и включает такие этапы:

№ п/п	Виды деятельности	Трудоемкость работ по видам, часов	Показатели оценивания
	<i>Подготовительный этап, в т.ч.:</i>	8	
1	Организационное собрание. Получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от кафедры	4	Отметка в дневнике
2	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.). Инструктаж по технике безопасности и охране труда	4	Отметка в дневнике
	<i>Практический этап, в т.ч.:</i>	74	Устный опрос
3	Ознакомление с организационно-правовыми особенностями деятельности предприятия (организации, учреждения, фирмы) – места прохождения практики:		Отметка в дневнике, раздел отчета
	- характеристика организационно-правовой формы хозяйствования вида предпринимательской (хозяйственной) деятельности, состава учредительных документов, имеющейся разрешительной документации (лицензий и т.п.)	10	
	- краткий обзор нормативной базы, регламентирующей хозяйственную деятельность предприятия (организации, учреждения), ее экономические аспекты	10	
	- изучение маркетинговой деятельности предприятия	20	
	- сбор и систематизация теоретического материала и статистической информации для отчетной документации	12	
4	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	22	Отметка в дневнике, раздел отчета
	<i>Итоговый этап, в т.ч.:</i>	26	
5	Оформление дневника. Составление и оформление отчета. Предоставление отчета по практике руководителю от кафедры на проверку.	22	Оформленные дневник и отчет
6	Защита отчета по практике	4	Дифференцированный зачет
	<i>Всего</i>	108	

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Учебная практика осуществляется:

1) непосредственно в ФГБОУ ВО «ДонГУ», в том числе в структурном подразделении ФГБОУ ВО «ДонГУ», предназначенном для проведения практической подготовки;

2) в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Общее методическое руководство практикой осуществляет выпускающая кафедра. Непосредственное руководство возлагается на научных руководителей практикантов.

Направление на практику оформляется приказом ректора Университета (или иного уполномоченного им должностного лица) с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

Распределение студентов по базам практики осуществляет заведующий кафедрой или его заместитель. Направление на базу практики оформляется приказом по университету с обязательным указанием руководителя практикой от кафедры. Одновременно о сроке практики и о контингенте студентов практикантов извещаются все базы практики.

Перед направлением на практику кафедра организует производственный инструктаж и вручает студентам:

- дневник;
- рабочую программу практики;
- направление на практику.

Форма дневника разрабатывается и утверждается учебной частью университета.

«Направление» на практику оформляется руководителем практики от кафедры в полном соответствии с приказом о практике (с указанием срока практики, номера приказа, базы практики, фамилии, имени и отчества студента и руководителя практики от кафедры) и подписывается деканом экономического факультета или его заместителем.

По окончании инструктажа студенты отбывают на свою базу практики и оформляются на ней согласно направления.

Дальнейшие действия участников учебного процесса определяются рабочей программой практики, а также обязанностями каждого.

По окончании срока проведения практики кафедра организует защиту отчетов по практике на кафедре или на базе практики. В последнем случае на кафедру высылается выписка из протокола заседания комиссии по защите отчетов, по индивидуальной оценке, труда каждого обучающегося.

Контроль за прохождением практики проводят заведующий кафедрой (его заместитель), заместитель декана экономического факультета по учебной работе или заместитель декана по заочной форме обучения и учебная часть университета.

По окончании защиты отчетов каждый руководитель практики от кафедры составляет краткий отчет о проделанной работе, ее результатах и недостатках, вносит свои предложения по совершенствованию методики, программы или процедуры проведения практики. Ответственный за проведение практики на кафедре обобщает полученные данные, составляет общий отчет о практике, представляет его к рассмотрению и утверждению на заседании кафедры. Затем отчет предоставляется в учебный отдел университета.

Руководители практики от образовательной организации (если практика проходит за пределами Университета), назначаемые приказом директора (руководителя), свои предложения и пожелания по улучшению программы, методики и процедуры проведения практики передают руководителю практики от университета или заведующему кафедрой.

Если предложения и замечания носят принципиальный характер, то они обсуждаются на заседании кафедры. На основе предложений вносятся коррективы или изменения в содержание программы практики.

Для обучающихся по магистерской программе, имеющих инвалидность, и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости устанавливается форма проведения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

7. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН

7.1. Общие требования

В принимающей организации студенту назначается руководитель из числа ответственных лиц данной организации.

По прибытии на место прохождения практики студент совместно с руководителем практики составляет календарный план прохождения учебной практики. При составлении индивидуального календарного плана следует руководствоваться настоящей программой, примерным графиком прохождения практики и типовыми заданиями, которые должны быть выполнены во время практики.

7.2. Основные обязанности студента-практиканта:

в первый день практики студент обязан прибыть на предприятие в отдел кадров или в отдел технического обучения и подать направление и дневник, оформиться на места практики;

в первые три дня студент обязан сообщить на кафедру фамилию, имя, отчество и номер телефона руководителя практики от предприятия;

во время прохождения практики студент должен придерживаться правил внутреннего распорядка предприятия и установленного режима дня, соблюдать правила и нормы охраны труда, техники безопасности, правила внутреннего распорядка организации;

Кроме того, студент обязан:

выполнять все требования рабочей программы;

регулярно вести учет выполненной работы в соответствующем разделе дневника практики;

изучить и выполнять правила техники безопасности и охраны труда, пройти на предприятии инструктаж по ТБ;

информировать руководителя практики от кафедры о выполненной на предприятии работе (в определенные дни консультации);

до конца срока практики подготовить отчет в соответствии с содержанием программы;

подать отчет о практике на кафедру руководителю за 1-3 дня до окончания практики для проверки и внесения необходимых изменений.

7.3. Обязанностями руководителя практики от кафедры является:

участие в инструктивных собраниях, которые проводятся со студентами не позже, чем за 1-2 дня до начала практики;

ознакомление студентов с требованиями программы, формами контроля и способности; распределение индивидуальных заданий;

консультация студентов во время практики на кафедре и во время посещения мест практики;

рекомендация литературы, нормативно-законодательных актов и методических пособий, с которыми студент должен ознакомиться и воспользоваться для конкретизации действий в функциональных подсистемах управления персоналом в процессе прохождения практики;

контроль за соблюдением студентами внутреннего распорядка дня, дисциплиной труда, своевременным выполнением заданий, которые отвечают содержанию практики;
 информирование кафедры (на ее заседаниях) о прохождении практики, нарушения порядка ее прохождения студентами или руководством от предприятия;
 проверка отчетов о практике, написании рецензий;
 участие у защиты отчетов в составе соответствующих комиссий;
 предоставление ответственному за проведение практики от кафедры письменного отчета с замечаниями и предложениями.

7.4. Обязанности руководителя практики от организации:

в начале практики ознакомиться с рабочей программой и дневником практики;
 оказать помощь студентам-практикантам в их адаптации в организации;
 уточнить записанный в дневнике календарный график прохождения практики (по содержанию и срокам выполнения отдельных пунктов);
 организовывать экскурсии для студентов по основным цехам и участкам предприятия;
 ознакомить студентов-практикантов с оперативной учетной документацией и внутренними нормативными актами (положениями, инструкциями, регламентами);
 контролировать посещение студентами места практики в случаях нарушения дисциплины - сообщать руководителю практики от кафедры.

Руководитель практики от организации может давать студентам конкретные задания, которые должны соответствовать задачам и содержанию программ практики. По окончании практики руководитель от организации проверяет отчет и дает письменный отзыв-характеристику с оценкой его содержания и качества практической работы студента.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

По итогам учебной практики обучающийся готовит **отчет, который должен иметь такую структуру:**

Название раздела (параграфа)	Примерное кол-во страниц
Введение (актуальность, цель, задачи практики объект, предмет исследования, методологическая основа и применяемые научно-методические методы и приемы, информационная база прохождения практики)	2
Раздел 1. Сбор и анализ теоретического материала в соответствии с темой магистерской диссертации	4-6
Раздел 2. Исследование маркетинговой деятельности предприятия, краткая характеристика используемой на предприятии информационной системы, уровень автоматизации и широта охвата управленческих функций Организационно-правовая характеристика предприятия(организации, учреждения) Миссия и внутрифирменные цели, стратегия развития предприятия (организации, учреждения) Сбор и систематизация статистической информации для отчетной документации (выполнения индивидуального задания).	8-10
Раздел 3. Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	10-15
Заключение	2-3

Список использованной литературы	2
Приложения (при наличии)	
Общий объем отчета	25-35

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет на основе защиты отчета о прохождении практики.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

Защита отчета проходит в форме устной презентации итогов практики руководителю практики от кафедры. Защита отчета предполагает выявление знаний, умений и навыков педагогической деятельности. Оценка отчета основывается на выполнении следующих требований: полнота и детальность изложения; профессионализм выводов; знание и умение применять современные методы и методики преподавания экономических дисциплин; качество разработанных учебных и методических материалов; качество и новизна использованных информационных источников.

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся в полном объеме ориентируется в тематике практики, отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета, разработал требуемое содержательное методическое обеспечение выбранной экономической дисциплины, отвечающее современному уровню ее развития, и провел учебные занятия на высоком профессиональном уровне.

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся хорошо ориентируется в тематике практики, отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета, разработал требуемое базовое методическое обеспечение выбранной экономической дисциплины и провел учебные занятия на достаточном профессиональном уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся в целом ориентируется в тематике практики, отвечает на вопросы теоретического и практического характера не полностью, разработал требуемое методическое обеспечение выбранной экономической дисциплины не менее чем на 75 % и провел учебные занятия, используя основные учебно-методические и педагогические знания, умения и навыки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся не ориентируется в тематике практики, не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Подготовил методическое обеспечение выбранной дисциплины менее чем на 60 %. При проведении учебных занятий допускал существенные методические и педагогические ошибки.

По результатам защиты и с учетом содержания отчета, оценки руководителя от кафедры и руководителя от базы практики выставляется дифференцированная оценка, которая фиксируется в ведомости и в зачетной книжке обучающегося.

9. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Вид работ при прохождении практики	Баллы
Организационно-учебная работа студента в период практики (регулярность посещения базы практики, дисциплина, ответственное отношение к поручениям)	10
Подготовка отчета (содержательность отчета, качество оформления)	70
Защита отчета (владение материалом, ответы на вопросы)	20
Всего	100

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	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. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

После защиты отчетов каждый руководитель практики от кафедры пишет отчет о результатах прохождения практики обучающимися. В нем указываются общие и индивидуальные пожелания обучающихся, руководителей практики от образовательной организации и собственные предложения по улучшению организации практики.

Отчеты руководителей практики и ответственного за организацию практики по кафедре обсуждаются на заседании кафедры. Общий отчет кафедры с предложениями пожеланиями подается на рассмотрение на Совете экономического факультета и в учебную часть университета.

Защищенные отчеты обучающихся и сопроводительная документация к ним сдаются в архив на хранение (ответственному за документацию по кафедре).

После выполнения программы практики отчет проверяет, оценивает работу обучающегося и характеризует его руководитель практики от образовательной организации. Его подпись в дневнике (характеристика, оценка о прибытии и выбытии с базы практики) и на отчете заверяется печатью образовательной организации.

В таком виде отчет о прохождении практики и дневник практики сдаются на проверку и подпись руководителю практики кафедры. Одновременно назначается день и состав комиссии по защите отчета. Полученная при защите положительная оценка заносится в специальный раздел зачетной книжки и ведомость.

Обучающийся, не выполнивший программу практики и получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, не аттестуется, не допускается к защите выпускной квалификационной работы и отчисляется из университета.

11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации практики используются такие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - задания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - задания оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования...
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - задания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

В случае, если практика проходит в рамках Университета – в качестве материально-технической базы используются учебные аудитории 7-го и 5-го корпусов экономического факультета Университета. Для проведения занятий требуется аудитория на группу, оборудованная меловой или интерактивной доской, мультимедийным проектором и экраном, ноутбук, выход в Интернет, Wi-Fi доступ в корпусах университета, текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других библиотечных баз данных.

В процессе прохождения практики, обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по программе практики, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ФГБОУ ВО «ДонГУ».

Если база практики расположена за пределами Университета – практиканты используют материально-техническое обеспечение соответствующей образовательной организации.

13. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

13.1. Основная литература

1. Ибрагимхалилова Т.В., Дудник В.В. Основы маркетинга в схемах и таблицах: учебное пособие/ Т.В. Ибрагимхалилова, В.В. Дудник. – Донецк: ДонГУ, 2017. – 215 с.

2. Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса : монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, А. К. Берко [и др.] ; под общей редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой ; Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга и логистики. – Донецк : ДонНУ, 2022. – 345 с.
3. Инновационные маркетингово-логистические стратегии формирования социально-экономических систем : монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, Л. В. Балабанова [и др.] ; под общей редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой ; Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга и логистики. – Донецк : ДонНУ, 2022. – 320 с.
4. Товарная инновационная политика: учебное пособие / сост. Т.В. Ибрагимхалилова, Н. Е. Чиждова. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 107с.
5. Управление качеством: учебное пособие/ сост. Т. В. Ибрагимхалилова, Н. Е. Чиждова – Донецк: ДонНУ, 2019. – 143 с.
6. Стратегический маркетинг: учебное пособие/ сост. В.В. Дудник. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 140 с.
7. Бренд-менеджмент: учебное пособие/ сост. В.В. Дудник. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 163 с.
8. Паблик рилейшнз: учебное пособие/ сост. В.В. Дудник. – Донецк: ДонНУ, 2019. – 168 с.

13.2. Дополнительная литература

1. Романов А.А. Рекламный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Каптюхин Р.В.- Электрон.текстовые данные.- М.: Евразийский открытый институт, 2018.- 432 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10815.html>.- ЭБС «IPRbooks»
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И.М. Синяева [и др.]. - Электрон.текстовые данные. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 504 с. - 978-5-238-02309-0. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
3. Креативный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник/ А.А. Степанов [и др.].- Электрон.текстовые данные.- Москва: Дашков и К, 2019.- 252 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85383.html>.- ЭБС «IPRbooks»
4. Ларионова, И. А. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. А. Ларионова. - Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. - 42 с. - ISBN 978-5-87623-819-1. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/56554.html>
5. Соловьев В.И. Анализ данных в экономике. Теория вероятностей и прикладная статистика в Microsoft Excel: учебник. / В. И. Соловьев. – Москва: КНОРУС, 2018. – 324 с. – Текст: непосредственный.
6. Справочник технологий и инструментов работы маркетолога – аналитика/ – URL: <https://praktikgut.ru/wp-content/uploads/2017/04/Справочник-маркетолога-аналитика.pdf> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
7. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500. «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4 е изд., стер. – М.: Омега Л, 2006. – 656 с. – Текст: непосредственный.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. – Режим доступа: ef.donnu-support.ru
2. Библиотека Донецкого государственного университета. –Режим доступа:

library.donnu.ru.

3. Официальный сайт главы ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/zakony-2/>.

4. Официальный сайт Народного совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/>.

5. Официальный сайт Министерства труда и социальной политики ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/prikazy-ministerstva-truda-i-socialnoj-politiki/>.

6. Официальный сайт Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcz-dnr.ru/>.

7. Официальный сайт Международной организации труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ilo.org>.

15. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

ОТЧЁТ

о прохождении учебной практики: ознакомительной практики

в (на) _____

наименование базы практики

Студента(ки) _____
(ФИО)
Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа: Маркетинг
Программа ВО: магистратура
Форма обучения: очная, заочная
Курс обучения: 1

Руководитель практики от предприятия (организации) _____
(подпись) _____ Ф.И.О.
М.П.

Руководитель практики от кафедры _____
(подпись) _____ Ф.И.О.

Отчет представлен на кафедру «_____» _____ 2024 г. № _____
(подпись принявшего)

Государственная шкала _____ Количество баллов: _____ Оценка: ECTS _____

Члены комиссии:

_____	_____
(подпись)	(фамилия и инициалы)
_____	_____
(подпись)	(фамилия и инициалы)
_____	_____
(подпись)	(фамилия и инициалы)

Тематика индивидуальных заданий**1 раздел «Анализ потребительского рынка».**

- 1.1. Количественные и качественные методы анализа потребительского рынка.
- 1.2. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов.
- 1.3. Сегментирование рынка и позиционирование товаров на рынке.
- 1.4. Анализ рыночной ситуации и конкурентов.
- 1.5. Методы прогнозирования спроса на рынке потребительских товаров. Оценка его эластичности.
- 1.6. Общественное восприятие фирмы и ее товаров потребителями.
- 1.7. Исследование имиджа фирмы, оценка и анализ возможностей и активности фирмы.
- 1.8. Оценка потенциальных возможностей рынка и продукта.
- 1.9. Методика определения потребностей специфических сегментов рынка.
- 1.10. Оценка и анализ конъюнктуры рынка (в целом, или какого – то сегмента).

Раздел 2 « Исследование элементов комплекса маркетинга».

- 2.1. *Исследование продукта.*
 - 2.1.1. Методика маркетингового исследования свойств и качества товара.
 - 2.1.2. Оценка поведения потребителей и их отношение к товарам.
 - 2.1.3. Методика анализа и оценки проекта по разработке нового товара на рынке.
 - 2.1.4. Тестирование и характеристика товара, оценка его конкурентоспособности.
 - 2.1.5. Методика анализа и оценки привлекательности продуктов для целевой группы и (или) торгового предприятия.
 - 2.1.6. Оценка уровня сервиса и его воздействия на спрос.
- 2.2. *Исследование каналов распределения.*
 - 2.2.1. Оценка и анализ отдельных этапов товародвижения, его звенности, уровней и длины каналов товародвижения.
 - 2.2.2. Организация и методология маркетинговых исследований в фирмах, занимающихся сбытовой (или торговой) деятельностью.
 - 2.2.3. Анализ эффективности каналов распределения и товародвижения.
 - 2.2.4. Стратегия и организация деятельности торгового предприятия.
- 2.3. *Система продвижения товаров на рынке.*
 - 2.3.1. Стратегия стимулирования сбыта. Анализ эффективности воздействия на покупательский спрос.
 - 2.3.2. Тестирование рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламы и других форм продвижения товаров.
 - 2.3.3. Характеристика (моделирование) особенностей восприятия рекламы на различных сегментах рынка потребителями.
 - 2.3.4. Анализ ситуации на рынке массовой рекламной информации.
 - 2.3.5. Этапы рекламной компании. Анализ издержек обращения, связанных с рекламой.
- 2.4. *Анализ цен на потребительские товары.*
 - 2.4.1. Анализ цен с точки зрения маркетинговых целей и рыночных стратегий.
 - 2.4.2. Анализ внутривидовых и / или региональных уровней цен и их дифференциация. Моделирование взаимосвязи цен и качественных характеристик товара.
 - 2.4.3. Исследование цен альтернативных (или конкурирующих) товаров и субрынков.
 - 2.4.4. Прогнозирование цены товара на каждом этапе его жизненного цикла.
 - 2.4.5. Информационно – аналитическое обеспечение маркетинговой стратегии ценообразования.

Раздел 3 «Стратегия, система маркетинговых исследований и маркетинговой

информации на предприятии».

3.1. Организация и методология маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации.

3.2. Анализ и прогнозирование собственных возможностей фирмы, ее потенциала и конкурентоспособности.

3.3. Оценка эффективности маркетинговых исследований. Анализ бюджета и программы маркетинга.

3.4. Стратегия и программа маркетинговой деятельности на предприятии.

3.5. Риск принятия маркетинговых решений. Выявление и оценка коммерческого риска.

Содержание учебной практики:

1. Общие вопросы производственно-хозяйственной деятельности предприятия:

- характеристика юридического статуса и состава собственников предприятия;
- производственно-технологическая специализация предприятия;
- организационная структура управления организацией;
- анализ основных экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности;
- рыночная стратегия предприятия, анализ основных конкурентов, в том числе их сильных и слабых сторон;
- основные изменения и достижения на предприятии.

2. Анализ управления маркетингом и сбытом

2.1. Вопросы организации маркетинговой деятельности на предприятии:

- место маркетинговой службы в организационной структуре предприятия (подчиненность и формы взаимодействия с другими службами);
- основные функции маркетинговых служб;
- численность и образовательный уровень сотрудников;
- материально-техническая база;
- размер и принцип формирования бюджета маркетинга.

2.2. Информационно - аналитическое обеспечение службы маркетинга

- маркетинговая информационная система на предприятии:
 - а) внутренняя система отчетности: получают ли регулярно отчеты о продажах
 - б) маркетинговые исследования: проводит ли компания какие-либо маркетинговые исследования в отношении оценки спроса, анализа покупателей или конкурентов
 - в) система поддержки маркетинговых решений
- анализ данных о среде, прежде всего, потребителях, посредниках по сбыту, конкурентах, поставщиках:

- оценка имеющихся возможностей влияния на рынок и создания предпочтений у потребителей
- выявление внутренних ограничений производственного, финансового, кадрового и прочего характера: с какими основными проблемами сталкивается предприятие

2.3. Вопросы стратегического планирования и использования на предприятии инструментов маркетинга

- сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров (услуг) на рынке;
- работа с продуктом: определение или изменение его свойств, условия, выбор марочного названия; комплектование производственной программы (ассортимента), гарантии, техническое и торговое обслуживание клиентов;
- ценовая политика: установление и изменение цен, возможности дифференцирования цен, предоставление скидок, кредитование, лизинг;
- каналы распределения продукта: система сбыта, выбор каналов сбыта, применение различных методов продаж;
- коммуникации: реклама, индивидуальная продажа, стимулирование продаж, общественные связи.

2.4. Вопросы контроля в области маркетинга

2.4.1. Контроль экономических результатов

- особенности исчисления затрат на сбыт;
- виды затрат;
- контроль сбыта в целом по предприятию и по различным группам и объектам (регионы, продукты, пути сбыта и т.д.);
- контроль доли рынка;
- оценка эффективности и результативности маркетинга.

2.4.2. Контроль неэкономических показателей

- анализ имиджа предприятия, оценка силы бренда;
- измерение клиентоориентированности организации;
- оценка взаимоотношений с потребителями: степень доверия, лояльности, удовлетворенности участников взаимодействия и др.
- анализ изменений происходящих в составе покупателей (количество покупателей у предприятия; объем и доля их продаж)
- формы и масштабы совместной кооперации с покупателями и поставщиками.

2.4.3. Маркетинг-аудит

- контроль информационной базы планирования:
почему необходимо составлять (или не составлять) маркетинговые планы; помогает ли кто-то осуществлять планирование; можно ли улучшить маркетинговую деятельность предприятия; что является основным барьером на пути улучшения маркетингового планирования.

- развитие целей и стратегий
- ревизия мероприятий маркетинга

3. Характеристика конкретных маркетинговых проблем и путей их решения на предприятии.

3.1. В качестве индивидуального направления работы магистра может быть выбрано одно из следующих:

- разработка стратегий маркетинга на предприятии;
- совершенствование оперативного управления маркетинговыми мероприятиями;
- оперативный маркетинговый контроллинг;
- выбор целевых рынков;
- оценка эффективности и результативности маркетинга;
- управление цепочкой создания ценности;
- управление взаимоотношениями с поставщиками и потребителями;
- исследование отдельных элементов маркетингового комплекса, в т.ч. продукта, цен на него, каналов распределения, систем продвижения товаров на рынке.

По выбранному направлению работы необходимо:

- а) изучить и отразить в отчете основные выявленные маркетинговые проблемы, обосновать целесообразность и возможность их решения;
- б) дать характеристику состояния проблемы и возможных вариантов ее решения;
- в) разработать рекомендации по решению проблемы;
- г) оценить результаты практической реализации предложенных рекомендаций.

Если речь идет о маркетинговом комплексе (или отдельных его элементах), то необходимо разработать программу маркетинговых мероприятий, либо (если она уже разработана) удостовериться в ее обоснованности, исходя из оценки состояния фирмы и реальности прогноза рынка.

Рекомендации должны быть обсуждены на предприятии, а их практическая пригодность подтверждена отзывом руководителя практики от предприятия.

В случаях необходимости кафедра разрабатывает дополнения к основной программе практики, учитывающие условия и специфику работы предприятия.