

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

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

Экономический факультет
Кафедра маркетинга и логистики



УТВЕРЖДАЮ
проректор

Машаров
«29» марта 2024 г.

П. А. Машаров

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

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: научно-исследовательской работы» 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:

доцент кафедры маркетинга и логистики
канд. экон. наук, доцент



М. Н. Беспятая

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: «Менеджмент организаций», «Современный стратегический анализ», «Управление качеством», «Методология и методы научных исследований», «Интернет-маркетинг», «Event-маркетинг», «Маркетинг впечатлений», «Международный маркетинг», «Маркетинг услуг», «Контент-маркетинг в управлении продажами», «Маркетинг отношений», «Маркетинговый менеджмент», «Маркетинговая аналитика», «Стратегическое планирование и прогнозирование», «Инновационный менеджмент», «Рекламный менеджмент», «Маркетинг инноваций», «Паблик рилейшнз».

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

Учебная практика: научно-исследовательская работа проводится в начале второго года обучения. Она является третьим 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: научно-исследовательской работы 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 курсовых работ, 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 (Профиль: Маркетинг)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б2.Б.3 «Учебная практика: научно-исследовательская работа»
Часть образовательной программы	Вариативная часть
Количество зачетных единиц / всего часов	6 / 216

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	2	3	-	-	-	-	216	Диф. зачет
Очно-заочная	2	3	-	-	-	-	216	Диф. зачет

3. ЦЕЛЬ ПРАКТИКИ

Цель учебной практики: научно – исследовательской работы ознакомление обучающихся с основами будущей профессиональной деятельности, получение сведений о специфике избранной профессии, подготовка обучающихся к осознанному и углубленному освоению учебных дисциплин основной образовательной программы, формирование первичных практических навыков работы по профессии.

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: научно – исследовательской работы аналогичны индикаторам и результатам освоения таких предшествующих дисциплин, составляющих основу для прохождения данной практики, как «Менеджмент организаций», «Современный стратегический анализ», «Управление качеством», «Методология и методы научных исследований», «Интернет-маркетинг», «Event-маркетинг», «Маркетинг впечатлений»,

«Международный маркетинг», «Маркетинг услуг», «Контент-маркетинг в управлении продажами», «Маркетинг отношений», «Маркетинговый менеджмент», «Маркетинговая аналитика», «Стратегическое планирование и прогнозирование», «Инновационный менеджмент», «Рекламный менеджмент», «Маркетинг инноваций», «Паблик рилейшнз».

4.2. ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Программа учебной практики: научно – исследовательской работы предполагает обязательное выполнение каждым обучающимся по программе магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры. Общая трудоемкость учебной практики: научно – исследовательской работы составляет 6 з.е. (216 часов, 4 недели) и включает такие этапы:

№	Виды деятельности	Трудоемкость работ по видам, часов	Показатели оценивания
	<i>Подготовительный этап, в т.ч.:</i>	10	
1	Организационное собрание. Получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от кафедры	5	Отметка в дневнике
2	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.). Инструктаж по технике безопасности и охране труда	5	Отметка в дневнике
	<i>Практический этап, в т.ч.:</i>	91	Устный опрос
3	Ознакомление с:	20	Отметка в дневнике, раздел отчета
	- основной деятельностью предприятия;		
	- нормативными документами предприятия (организацией)		
4	Подготовка первого раздела отчета	30	
5	Подготовка второго раздела отчета	30	
6	Подготовка индивидуального задания	11	
	<i>Итоговый этап, в т.ч.:</i>	7	
7	Оформление дневника. Составление и оформление отчета. Предоставление отчета по практике руководителю от кафедры на проверку.	5	Оформленные дневник и отчет
8	Защита отчета по практике	2	Дифференцированный зачет
	<i>Всего</i>	108	

План учебной практики: научно – исследовательской работы:
подготовительный этап (предварительная консультация с руководителем практики, получение индивидуального задания, организационное собрание, знакомство с объектом практики и составление календарного плана на весь период);
основной этап (выполнение работ, согласно календарному плану практики);
итоговый этап (подготовка отчета и его оформление, защита отчета)

Первая неделя учебной практики включает:

изучение общей структуры управления и организационно-функциональной структуры организации, определение роли и места службы маркетинга в структуре организации;

знакомство со структурой службы маркетинга, ее задачами и функциями, нормативными и методическими документами, регулирующими маркетинговую деятельность;

изучение корпоративных стандартов в области маркетинга.

Вторая неделя учебной практики включает:

изучение экономической характеристика и оценка внешней (с использованием одного из методов стратегического анализа - SPACE, Портфельный анализ, Матрица Бостонской консультативной группы, Матрица «Мак-Кинзи», Модель PIMS, SWOT-анализ) и внутренней среды предприятия

анализ и оценка программы маркетинга (анализ ассортиментной политики, анализ ценовой политики, товародвижения и сбыта, характеристика коммуникационной политики) на предприятии (организации, учреждении, фирме) – месте прохождения практики

Третья неделя учебной практики включает:

разработку, организацию и контроль управленческих решений в области маркетинга
разработку и обоснование предложений по совершенствованию процессов в области маркетинга

Четвертая неделя учебной практики включает:

определение экономической эффективности разработанных мероприятий
сбор и систематизация фактического, теоретического материала и статистической информации для выполнения выпускной квалификационной работы – дипломной работы

Основное задание практики состоит:

Задание 1. Характеристика исследуемого объекта (*определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановка исследовательской задачи; разработка инструментария исследования; сбор, обработка, анализ и предварительную систематизацию фактического и литературного материала*).

Задание 2. Анализ деятельности предприятия, его структура, динамика (*использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий; систематизация фактического и литературного материала; обобщение полученных результатов*).

Задание 3. Рекомендации деятельности специалиста в области интегрированной логистики (*формулирование выводов по общей части программы практики; экспертизу результатов практики (предоставление материалов дневника и отчета о практике; оформление отчета о практике)*).

Индивидуальное задание

Студент в период прохождения учебной практики: научно-исследовательской работы должен ознакомиться с литературой, в которой освещается не только отечественный, но и зарубежный опыт по исследуемому вопросу.

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Учебная практика: научно – исследовательская работа 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 программе магистратуры, 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:**

№	Разделы отчета	Примерное кол-во страниц
1	Титульная страница	1
2	Содержание	1
3	Введение	2
4	Раздел 1. Характеристика исследуемого объекта, анализ основной деятельности предприятия (организации)	6
5	Раздел 2. Анализ численности персонала	10
6	Раздел 3. Индивидуальное задание	10
7	Заключение	2
8	Список использованных источников	1/2
9	Приложения	по необходимости

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

современном 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 зачет 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 учетом 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. 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.
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.

13.2. Дополнительная литература

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/536175>
2. Бачурин, А. А. Маркетинг на автомобильном транспорте : учебное пособие для вузов / А. А. Бачурин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12343-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/539799>
3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/537684>

4. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15684-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/536511>
5. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3640-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/533057>
6. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/535995>
7. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/535931>
8. Дивина, Т. В. Маркетинг в машиностроении : учебное пособие для вузов / Т. В. Дивина, Л. М. Демина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12630-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/542669>
9. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/539852>
10. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/540014>
11. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/535965>
12. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/535942>
13. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/535942>
14. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/539708>
15. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/536446>
16. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/535694>

17. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/539347>
18. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хрупкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/537709>
19. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/538134>
20. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/518856>
21. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04913-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/535999>
22. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/536283>
23. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/537021>
24. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/538810>
25. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/514123>
26. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/536534>
27. Маркетинг. Практический курс : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18044-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/534188>
28. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/536234>
29. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16552-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/535940>

30. Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14616-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/544178>
31. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/532412>
32. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/533003>
33. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17729-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/545086>
34. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/535644>
35. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/536443>
36. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/538139>
37. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/539415>
38. Финансовый маркетинг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19199-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/556128>
39. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/544594>
40. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17919-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/545103>
41. Чернышева, А. М. Методы и практики маркетинговых исследований : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17920-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/545104>
42. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 472 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13680-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/536462>
43. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/540015>

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «**КиберЛенинка**»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «**Лань**»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

9. Журнал «Маркетинг и реклама: теория и практические советы» - <http://barhan.poll/ava.ua/marek>

10. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - <http://www.mavriz.ru/articles/1998/1/314.html>

11. Журнал «Интернет – маркетинг» <https://grebennikon.ru/journal-2.html?ysclid=lw2kj4ehgk84178160#volume2024-1>

12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» - <https://www.grebennikoff.ru/product/3>

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: научно-исследовательской работы

в (на) _____

наименование базы практики

Студента(ки) _____

(ФИО)

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Профиль: Маркетинг

Программа ВО: магистратура

Форма обучения: очная, очно-заочная

Курс обучения: 2

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)

г. Донецк – 20__