Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 10.11.2026 20:03:19
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfe392f224a676ae271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

_____ Л. В. Крылова

(подпись)

«25» 03 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Б2.В.03 (Пд) ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

(вид и тип практики в соответствии с учебным планом)

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Образовательная программа высшего образования	программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.06 Торговое дело
Магистерская программа	-
Факультет	маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс	очная форма обучения, 2 курс заочная форма обучения, 3 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов *(при наличии таких лиц)*

Донецк

2026

Рабочая программа практической подготовки при проведении Преддипломной практики для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело разработана в соответствии с ОПОП ВО ***для набора обучающихся 2026 года.***

Разработчики:
Кривонос Алина Александровна. Доцент, кандидат экономических наук, доцент
Морозова Наталья Игоревна. Доцент, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «17» февраля 2026 года № 14.

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела
_____ И.М. Рвачева
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета маркетинга и торгового дела
_____ Д.В. Махноносов
(подпись) (инициалы, фамилия)

«17» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «25» марта 2026 года №8
Председатель_____ Л.В. Крылова
(подпись) (инициалы, фамилия)

© Кривонос А.А. 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки/ специальностей, направление подготовки/ специальность, профиль/ специализация/

магистерская программа,

программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика практической подготовки при проведении практики</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 24</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки/специальностей 38.00.00 Экономика и управление
(код, название)</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело
(код, название)
Магистерская программа:
-
(название)</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Общее количество часов – 864</td><td rowspan="6">Программа высшего образования – программа маргистратуры</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>Зачет с оценкой</td><td>Зачет с оценкой</td></tr>
</table>

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Цель преддипломной практики: сформировать навыки реального осуществления маркетинговой деятельности, а также повысить уровень усвоения знаний по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Задачи:

• получение информации о состоянии рынка спроса и предложения, тенденциях развития конъюнктуры потребительских рынков; рынков средств производств и услуг;

• анализ маркетинговой среды;

• оценка сильных и слабых сторон, угроз, шансов, возможностей. позиций деятельности предприятия;

• анализ эффективности формирования и имплементации маркетинг-микс;

• оценка уровня эффективность инновационных маркетинговых технологий, в том числе сети Интернет;

• предложение пионерской продукции и продукции рыночной новизны с учетом экологической составляющей;

• сервисное обслуживание потребителей;

• создание имиджа продукта и предприятия;

• разработка планов маркетинга;

• проведение работы по формированию и реализации целевых программ рационального использования ресурсов в рамках социально ответственного маркетинга;

• разработка задач по автоматизированной обработке маркетинговой информации, использование современных средств управления маркетингом;

• использование рациональных приемов поиска и использования научно-технической информации;

• проведение маркетинговых исследований по специальности, участие в их разработке.

3. МЕСТО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Практическая подготовка при проведении Б2.В.03 (Пд) Преддипломная практика входит в Блок 2. Практика, часть, формируемая участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело. Практика закрепляет знания и умения, приобретаемые магистрами в результате освоения теоретических курсов, вырабатывает практические навыки и способствует комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Преддипломная практика деятельности студента магистра в соответствии с ОПОП базируется на полученных ранее знаниях по учебным дисциплинам гуманитарного, социального и экономического, математического и естественно-научного, профессионального циклов. Содержание практики логически и методически тесно взаимосвязано с изученными дисциплинами, поскольку главной целью практики является, в первую очередь, закрепление и углубление теоретических знаний и практических умений, полученных студентами при изучении этих дисциплин.

Дисциплины, на которых основывается практика: «Международный маркетинг в торговле», «Экологический маркетинг», «Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции», «Инновации в торговой деятельности и оценка их эффективности», Операционный маркетинг торгового предприятия», «Психотехнологии продажи товаров», « Инновационные маркетинговые коммуникации», «Информационное обеспечение маркетинговых решений», «Рекламный менеджмент», «Инновационные маркетинговые коммуникации», «Компьютерная технология», и др.

Преддипломная практика базируется на знаниях, умениях и навыках, приобретенных обучающимися в процессе прохождения предыдущих практик, и является обобщающим итогом практической подготовки выпускников. К моменту ее прохождения студенты завершили полный курс теоретического обучения. Обязательными «входными» знаниями и умениями студентов для прохождения практики являются знание цикла базовых и профессиональных дисциплин программы подготовки магистров.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате прохождения практики у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**
ПК-1 Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	ИДК-1$_{ПК-1}$ Оценивает и выбирает инновационные системы закупок и продаж товаров

	ИДК-2$_{ПК-1}$ Использует инновационные системы закупок и продаж товаров
ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1$_{ПК-2}$ Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности
	ИДК-2$_{ПК-2}$ Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности
ПК-3 Способность анализировать техно-логический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	ИДК-1$_{ПК-3}$ Анализировать техно-логический процесс как объект управления, находить управленческие решения в области профессиональной деятельности
	ИДК-2$_{ПК-3}$ Систематизировать и обобщать информацию для принятия управленческих решений по формированию и использованию ресурсов предприятия, в том числе в оперативном режиме и в ситуациях риска
ПК-4 Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	ИДК-1$_{ПК-4}$ Выявлять, анализировать и прогнозировать тенденции развития и устойчивости рыночных процессов
	ИДК-2$_{ПК-4}$ Применять методы анализа предприятия, внешней среды, рынков, бизнес-технологий и результатов профессиональной деятельности
ПК-5 Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИДК-1$_{ПК-5}$ Проводить научные исследования конъюнктуры рынка и бизнес технологий
	ИДК-2$_{ПК-5}$ Прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий
ПК-6 Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИДК-1$_{ПК-6}$ Проводить исследования профессиональной деятельности
	ИДК-2$_{ПК-6}$ Прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности

В результате практической подготовки при проведении практики обучающийся должен:

знать: процесс сбора финансово-экономической, статистической и бухгалтерской информации; возможность обработки собранной информации при помощи информационных технологий и различных финансово-бухгалтерских программ: варианты финансово-экономического анализа при решении вопросов профессиональной деятельности; базовые инструментальные средства необходимые для обработки экономических данных; основы законодательства, касающиеся организационно-управленческих решений; основные экономические и социально-экономические показатели, применяемые для характеристики хозяйствующего субъекта экономики; основные варианты расчетов экономических показателей; методы сбора необходимых данных из отечественных и зарубежных источников информации; методы анализа необходимых данных из отечественных и зарубежных источников информации и

подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета.

уметь: использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные информационные системы и информационные технологии; выбирать и применять современные программные средства для решения задач в области экономики, финансов и бизнеса; использовать системы поиска профессиональной информации в глобальных сетях; выполнять поиск и обработку экономической информации средствами офисных приложений; представлять, преобразовывать и анализировать данные экономического характера в табличном и графическом виде; осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; анализировать многообразие собранных данных и приводить их к определенному результату для обоснования экономического роста; оценивать роль собранных данных для расчета каждого экономического показателя; анализировать финансовую, производственную и экономическую информацию, необходимую для обоснования полученных выводов; обосновывать все виды экономических рисков и анализировать проведённые расчеты; проводить обработку экономических данных, связанные с профессиональной задачей; грамотно использовать информацию, найденную в управленческих и рекомендательных документах; делать выводы и обосновывать полученные конечные результаты согласно нормативно-правовой базы.

владеть: приемами анализа сложных социально-экономических показателей; навыками составления пояснения и объяснения изменения показателей, после проведенного сбора и анализа данных; методами выбора инструментальных средств для обработки экономических данных; вариантами расчетов экономических показателей; системой выводов для обоснования полученных результатов при расчетах экономических данных; навыками применения организационно-управленческих решений в текущей профессиональной деятельности; навыками обработки массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, интерпретация полученных результатов и обосновании выводов; методами анализа и навыками содержательно интерпретировать полученные результаты.

5. ПРОГРАММА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Этап практики (тема)	Описание содержания работы на каждом этапе (теме)
Цели, задачи и правовой статус предприятия	В условиях прохождения практики на предприятии обучающиеся должны провести анализ теоретической нормативной базы охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии и результаты анализа изложить в отчете.
Экономическая маркетинговая характеристика предприятия	Виды хозяйственной деятельности предприятия. Основной вид деятельности и его характеристика. Анализ потребностей, которые удовлетворяются при осуществлении маркетинговой и коммерческой деятельности. Анализ и экономическая оценка основных показателей деятельности предприятия (объема продаж, доли рынка, доходов, расходов, прибыли и рентабельности), их динамики, структуры и влияния факторов маркетинговой среды за последние 2 года. Прогноз основных показателей деятельности предприятия на перспективу на основе использования компьютерных технологий (трендовые модели в Excel). Основные конкуренты предприятия (организации). Отличительные особенности деятельности предприятия по сравнению с конкурентами. Их стратегия, сильные и слабые стороны, размеры и показатели долей рынка, которые они занимают. Использование коммуникационных инструментов (рекламы, пропаганды, стимулирования сбыта и связей с

	общественностью). Анализ ценовой политики конкурентов. Недостатки в маркетинг-микс конкурентов и возможности предприятия в расширении рынка с их учетом
Организационная структура управления маркетингом на предприятии	Схема организационного построения предприятия (предлагаемая обучающимся в соответствии с видом деятельности, численностью сотрудников и объемом товарооборота). Структура и состав маркетинговых и коммерческих служб, их правовое регулирование, распределение и содержание функций, которые выполняются работниками. Место и роль СМ в рамках общей деятельности предприятия и в осуществлении влияния на степень удовлетворения потребителей. Анализ уровня оптимальности структуры маркетинговой деятельности предприятия с точки зрения функций, товара, конечного потребителя и территориального расположения.
Потенциал и сегментация рынка	Структура и классификация рынка товаров исследуется с учетом социальных, экономических, географических, политических, психологических и потребительских факторов (мотивов). Определение и подтверждение расчетами наиболее привлекательных сегментов рынка с учетом объема продаж, размера прибыли, темпов роста и интенсивности конкуренции. Приведите классификацию потребностей в исследуемых товарах и услугах по факторам, которые влияют на их формирование. Определите прогноз потребностей с учетом изменения этих факторов в перспективе. Проанализируйте и оцените уровень удовлетворения текущих и перспективных потребностей исследуемых товаров. Рассчитайте емкость рынка за последние несколько лет, дайте оценку и прогноз на перспективу.
Товар и товарная политика	Характеристика товаров, которые исследуются и их маркетинговая классификация. Потребительские свойства, качество, внешнее оформление, упаковка и маркировка товаров. Проведите тестирование исследуемых товаров, дайте анализ и оценку полученных результатов. Изучите факторы рыночного успеха и рыночных неудач исследуемых товаров. Оцените конкурентоспособность исследуемых товаров. Рекламационное досье товаров. Основные недостатки товаров и источники их происхождения, количественная и качественная оценка рекламаций, затраты на устранение недостатков. Выводы и предложения по рекламациям.
Формирование товарного ассортимента	Формирование товарного ассортимента. Цели и задачи формирования товарного ассортимента. Анализ и объективная оценка широты, полноты, глубины, новизны, насыщенности и стойкости товарного ассортимента. Необходимость расширения товарного ассортимента и меры по его реализации. Товары и услуги, необходимые или полезные для нормальной эксплуатации исследуемых товаров, их сбыта и сервиса. Проведите тестирование исследуемых товаров, дайте анализ и оценку полученных результатов. Изучите факторы

	рыночного успеха и рыночных неудач исследуемых товаров. Оцените конкурентоспособность исследуемых товаров.
Движение и сбыт товаров	Дайте оценку эффективности системы распределения товаров с учетом выбора путей, форм, сроков и удобства движения товаров, объема продаж, уровня товарных запасов и издержек обращения. Проанализируйте маршруты и графики завоза товаров в розничную торговую сеть. Рассчитайте оптимальные размеры партий и интервалы завоза товаров. Рассчитайте потребности в розничной торговой сети для продажи исследуемых товаров. Проанализируйте и дайте оценку обеспеченности торговыми площадями, эффективности их использования, типам магазинов, их специализации, удобству размещения и организации торгово-технологических процессов. Предложите меры по расширению торговой сети, увеличению торговых площадей, специализации, рациональному размещению и улучшению технического оснащения. Изучите особенности и состояние предпродажной подготовки исследуемых товаров, выявите недостатки и предложите меры по обеспечению необходимой подготовки товаров к продаже. Изучите сегментацию услуг. Рассчитайте потребность в услугах, их экономическую целесообразность. Предложите возможные пути расширения услуг, повышение их качества и эффективности.
Установление цен на товары	Цели и задачи предприятия при установлении цен на исследуемые товары. Проведите замеры спроса потребителей на товары при разном уровне цен и проанализируйте его эластичность. Изучите методику расчета цен, сделайте расчет возможных цен закупки и реализации исследуемых товаров
Реклама и стимулирование сбыта	Изучение и анализ маркетинговых коммуникаций на предприятии. Проведите анализ и дайте оценку затрат на рекламу. Разработайте план рекламных мероприятий на следующий год и бюджет расходов на рекламу. Проведите анализ, дайте оценку и внесите предложения по повышению эффективности использования средств стимулирования на предприятии.
Планирование маркетинга	Обоснование необходимости планирования маркетинга и анализ его фактического состояния на предприятии. Дайте оценку ситуации на исследуемом рынке, возможностей и угроз, сильных и слабых сторон предприятия. Цели, которых желает достичь предприятие. Целевые рынки, на которых предприятие сосредоточивает или должно сосредоточивать свои усилия. Разработайте и предложите товарную, ценовую, рекламную и сбытовую стратегию предприятия по исследуемым товарам. Разработайте и предложите товарную, ценовую, рекламную и сбытовую стратегию предприятия в соответствии со

	степенью новизны товара и рынка.
Использование интернет-технологий	Характеристика используемых на предприятии интернет технологий. Какие должностные лица используют Интернет? С какой целью? Какую информацию получают? С помощью каких технологий и приложений? Как в дальнейшем используется на предприятии полученная информация?
Выполнение индивидуального задания	С целью приобретения практических умений и навыков самостоятельного решения маркетинговых задач, активизации деятельности обучающихся и повышения их инициативы за исключением вопросов, находящихся в программе преддипломной практики, каждый обучающийся получает и выполняет индивидуальное задание. Наименование и содержание индивидуального задания определяется темой ВКР, которая закреплена за обучающимся, является составной частью дипломного задания, разрабатывается научным руководителем и консультантом дипломной работы и выдается обучающемуся перед преддипломной практикой.
Оформление отчета	После окончания преддипломной практики магистров обучающийся представляет кафедре отчет о практике. Отчет оформляется на листах белой бумаги формата А4, должен иметь сквозную нумерацию и быть прошит. Его объем должен составлять не менее 30 страниц. Оформляется отчет по общим требованиям, установленным стандартом для оформления текстовых документов. Отчет должен содержать сведения о выполнении обучающимся всех разделов программы преддипломной практики и индивидуального задания, выводы и предложения, список использованной литературы и тому подобное. Кроме основных разделов, в отчет надо включить вступление (характеристику базы практики, условия и задачи) и заключение, список литературы. Структура отчета согласовывается с руководителем от кафедры. В отчете следует более подробно осветить выполнение индивидуального задания (если это один из вопросов общего задания) или вынести этот вопрос в отдельный раздел отчета, если это специальное задание. В отчете следует указать конкретную информацию о проделанной работе по критическому анализу состояния управленческого персонала в организации с точки зрения современных требований и знаний, полученных в ходе изучения курса, а также конструктивные предложения по улучшению управления и организации работы, которые формируются обучающимся для подготовки научных статей и выпускной работы в дальнейшем.
Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение	Письменный отчет вместе с другими документами (дневник, характеристика и т.п.) подается руководителю преддипломной практики кафедры. Отчет должен содержать сведения о выполнении

замечаний руководителя практики, защита отчета по практике	обучающимся всех разделов программы преддипломной практики и индивидуального задания, выводы и предложения, список использованной литературы и т.д. Оформляется отчет по общим требованиям, установленным стандартом для оформления текстовых документов. Отчет по практике защищается (с дифференцированной оценкой) обучающимся в комиссии, назначенной заведующим кафедрой. В состав комиссии входят преподаватель - руководитель практики кафедры и, по возможности, руководитель от базы практики. Комиссия принимает защиту отчетов обучающихся на базах практики в последние дни ее прохождения или в учебном заведении.

6. СТРУКТУРА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

	Количество часов/ дней	
	очная форма обучения	заочная (очно-заочная) форма обучения
Организационно подготовительный этап		
Инструктаж об организации и прохождении преддипломной практики на кафедре.	1	1
Индивидуальные консультации с руководителем преддипломной практики и выпускной квалификационной работы		
Оформление документов и инструктаж о правилах внутреннего распорядка организации	1	1
Аналитический этап		
Цели, задачи и правовой статус предприятия	1	1
Охрана труда и техника безопасности	2	2
Экономическая маркетинговая характеристика предприятия	1	1
Организационная структура управления маркетингом на предприятии	1	1
Потенциал и сегментация рынка	4	4
Товар и товарная политика	4	4
Формирование товарного ассортимента	4	4
Движение и сбыт товаров	4	4
Установление цен на товары	4	4
Реклама и стимулирование сбыта	4	4
Планирование маркетинга	4	4
Использование интернет-технологий	4	4
Выполнение индивидуального задания	4	4
Научно-исследовательская работа	32	32
Оформление отчета	4	4
Отчетный этап		
Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики, защита отчета по практике	1	1

7. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Общими рекомендациями по организации практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) и (или) инвалидностью являются:

— создание специальных рабочих мест в соответствии с характером ограничений здоровья и с учетом характера выполняемых трудовых функций;

— доступность образовательной организации или Профильной организации для прохождения практической подготовки для инвалидов и лиц с ОВЗ;

— учет индивидуальных особенностей лиц с ОВЗ и (или) инвалидностью: состояния здоровья, физического развития и уровня социальной и профессиональной подготовленности;

— использование в ходе обучения организационных форм: групповой или индивидуальной;

— разработка индивидуальной программы практики с индивидуальным графиком посещения занятий;

— использование специального, учебного, реабилитационного, компьютерного оборудования с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей инвалидов и лиц с ОВЗ;

— обеспечение доступа 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;
в форме аудиофайла.
2) для глухих и слабослышащих:
в печатной форме;
в форме электронного документа;
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
в печатной форме;
в форме электронного документа;
в форме аудиофайла.

Процедура проведения дифференцированного зачета по защите отчета практики для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

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

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся.

8. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

С целью приобретения практических умений и навыков самостоятельного решения маркетинговых задач, активизации деятельности обучающихся и повышения их инициативы за исключением вопросов, находящихся в программе преддипломной практики, каждый обучающийся получает и выполняет индивидуальное задание. Наименование и содержание индивидуального задания определяется темой ВКР, которая закреплена за обучающимся, является составной частью дипломного задания, разрабатывается научным руководителем и консультантом дипломной работы и выдается обучающемуся перед преддипломной практикой.

9. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Система оценивания
практической подготовки при прохождении практики

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За вид работы	**Всего**
Текущий контроль: – содержательная часть отчета; – индивидуальное задание; – защита работы	 50 10 40	 50 10 40
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	100	

10. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Балабанова, Л. В. Маркетинг предприятия [Текст] : учебник для студентов очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" / Л. В. Балабанова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Кафедра маркетингового менеджмента . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . ─ 584, [4] с. : табл.

2. Ольмезова, Н. А. Маркетинговые исследования в интернете [Текст] : учебное пособие [для студентов высших учебных заведений направления подготовки 38.03.06 "Торговое дело", профиль "Электронная коммерция" очной и заочной форм обучения] / Н. А. Ольмезова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского" . ─ Барнаул : Колмогоров И. А. , 2021 . ─ 259

3. Рвачева, И. М. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Маркетинг, образовательная программа бакалавриат, очной и заочной форм обучения / И. М. Рвачева ; Кафедра маркетинга и коммерческого дела, Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики (ДНР), Государственная организация высшего профессионального образования "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского" (ГО ВПО "ДонНУЭТ") . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2019 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

Дополнительная литература:

1. Азарян, Е.М. Разработка и реализация BTL-акций : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, ОП ВПО Магистратура, всех форм обучения / Е.М. Азарян, А.А. Криковцев ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Кафедра маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ДОННУЭТ, 2021 . ─ 131 с.

2. Казакова, Е. Б. Маркетинг торговых услуг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Б. Казакова, А. А. Азарян ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ООО «НПП «Фолиант», 2019 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

3. Княжевский, И.И. Интернет-маркетинг : учебное пособие для студентов высших учебных заведений очной и заочной форм обучения направлений подготовки 38.03.01 экономика и 38.03.06 Торговое дело программы ВО Бакалавриат / И.И. Княжевский . ─ Барнаул : И.А. Колмогоров, 2022 . ─ 154,

4. Кривонос, А. А. Операционный маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие по дисциплине для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика», магистермкая прогр. "Маркетинг", "Рекламный бизнес", ОП ВПО "Магистратура", оч., заоч. форм обучения ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Каф. маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2019 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

5. Морозова, Н. И. Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика», профиль «Маркетинг», ОУ «Магистр», очной и заочной форм обучения / Н. И. Морозова, А. А. Кривонос ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Кафедра маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2019 . ─ Локальная компьютерная сеть НБ ДонНУЭТ.

Учебно-методические издания:

1. Е.М., Азарян, А.А. Кривонос, Н.И. Морозова. Преддипломная практика. [Электронный ресурс] : Рабочая программа и методические рекомендации по прохождению практики для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика», профиль «Маркетинг», «Рекламный бизнес» ОУ «Магистр», очной и заочной форм обучения / Е.М. Азарян, Н. И. Морозова, А. А. Кривонос ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Кафедра маркетинга и торгового дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2021 . ─ Локальная компьютерная сеть НБ ДонНУЭТ.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Науч. б-ки ГО ВПО Донец. нац. ун-та экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Систем. требования: ПК с процессором ; Windows ; транспорт. протоколы TCP/IP и IPX/SPX в ред. Microsoft ; мышь. – Загл. с экрана.
2. IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [«АЙ Пи Эр Медиа»] / [ООО «Ай Пи Эр Медиа»]. – Электрон. текстовые, табл. и граф. дан. – Саратов, [2018]. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru. – Загл. с экрана.
3. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Науч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000- .– Режим доступа : https://elibrary.ru. – Загл. с экрана.

4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : http://cyberleninka.ru. – Загл. с экрана.

5. Национальная Электронная Библиотека.

6. «Полпред Справочники» [Электронный ресурс] : электрон. б-ка / [База данных экономики и права]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Полпред Справочники», 2010-]. – Режим доступа : https://polpred.com. – Загл. с экрана.

7. Book on lime : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Книжный дом университета». – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2017. – Режим доступа : https://bookonlime.ru.– Загл. с экрана.

8. Университетская библиотека ONLINE : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Директ-Медиа». – Электрон. текстовые дан. – [Москва], 2001. – Режим доступа : https://biblioclub.ru**.** – Загл. с экрана.

9. Бизнес+Закон [Электронный ресурс] : Агрегатор правовой информации / [Информационно-правовая платформа]. – Электрон. текстовые дан. – [Донецк, 2020-]. – Режим доступа : https://bz-plus.ru. – Загл. с экрана.

10. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Режим доступа: http://catalog.donnuet.education – Загл. с экрана.

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Список планируемых Профильных организаций:

№ п/п	Название базы практики	Контактное лицо	Сроки действия	Ответственный от ДОННУЭТ	Направления подготовки
17	ООО «АРОНИЯ»	Бальшина Марина Александровна	19.04.2024 – 31.12.2030	Кафедра маркетинга	ТД – 21
19	ИП Королев Т.Р.	Королев Тимур Русланович	23.04.2024 – 01.09.2026	Кафедра маркетинга	ТД – 10
20	ИП Кононова Г.Д.	Кононова Татьяна Джановна	23.04.2024 – 31.12.2030	Кафедра маркетинга	ТД – 20
22	ИП Васильев С.В.	Васильев Сергей Васильевич	26.04.2024 – 01.09.2028	Кафедра маркетинга	ТД – 21
23	ООО «ХАЙТЕК»	Малый Андрей Викторович	12.04.2024 – 01.09.2026	Кафедра маркетинга	ТД – 10
25	ИП Валеева Н.В., сеть магазинов «МИДА»	Валеева Наталья Витальевна	25.04.2024 – 31.12.2030	Корчига Л.И.	ТД – 12
27	ООО «ДОНФРОСТ»	Климов Константин Геннадиевич	03.05.2024 – 31.12.2030	Кафедра ХМУ Пьянкова Ю.В.	ТД – 6

28	ИП Чумак И.А.	Чумак Ирина Андреевна	15.05.2024 – 01.09.2028	Кафедра маркетинга	ТД – 21
39	ООО «МКД ТРЕЙД»	Насонов Эдуард Георгиевич	21.06.2024 – 31.12.2029	Кафедра таможенного дела	ТД – 15
49	ИП Пикалов Ю.В.	Пикалов Юрий Владимирович	26.06.2024 – 31.12.2030	Кафедра таможенного дела	ТД – 40
59	ООО «ЛАКОНД»	Раковский Александр Викторович	24.10.2024 – 31.12. 2030	Корчига Л.И.	ТД – 4
174	ООО «Торговый дом «Горняк»	Кавешников Игорь Игоревич	07.11.2023 – до полного исполнения обязательств	Кафедра ОБ Парамонова В.А.	ТД – 4

14. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, осуществляющего руководство практической подготовкой при проведении практики	**Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)**	**Должность, ученая степень, ученое звание**	**Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации**	**Сведения о дополнительном профессиональном образовании[1]**
Морозова Наталья Игоревна	По основному месту работы	Должность – доцент, ученая степень – кандидат экономических наук, ученое звание – доцент	Высшее, маркетинг, магистр по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК № 000186	1. Диплом о профессиональной переподготовке №000000230005 от 11.12.2024г., «Медиакоммуникации: медийные и образовательные аспекты», 300 часов, ООО «Инфоурок» г.Смоленск 2. Удостоверение о повышении квалификации №ПК240571 от 30.12.2024г., «Эффективная цифровая и коммуникационная среда преподавателя: синергия законодательных требований и цифровых инструментов», 72 часа, «ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», г. Красногорск 3. Удостоверение о

				повышении квалификации № ПК 00732763 от 2024г., «Партизанский маркетинг как инновационный вид маркетинга», 144 часа, ООО «Инфоурок» г.Смоленск. 4. Удостоверение о повышении квалификации № ПК 00737348 от 2024г., «Мастерство сервисного маркетинга и PR» 180 часов, ООО «Инфоурок» г.Смоленск. 5. Удостоверение о повышении квалификации № 773401178720 от 02.07.2025г., «Организационно-управленческие и организационно-методические основы инклюзивного высшего образования», 72 часа, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г.Москва. 6. Удостоверение о повышении квалификации № 722025022694 от 2025г., «Методика антикоррупционного просвещения и воспитания в организациях высшего образования (для педагогических работников)», 18 часов, Тюменский государственный университет, г.Тюмень
Кривонос Алина Александровна	По основному месту работы	Должность – доцент, ученая степень – кандидат экономических наук, ученое звание – доцент	Высшее, специальность: Маркетинг, Профессионал в сфере маркетинга, Диплом кандидата экономических наук №015966	1. Удостоверение о повышении квалификации 462421639101 «Формирование надпрофессиональных компетенций у студентов» ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» г. Курск 23.09.24, 24 часа

				2. Удостоверение о повышении квалификации 771803728883, регистрационный номер 15-00667-25 ПК, «Патентный поиск». 28.05.2025-30.05.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва 30.05.2025г. (24 часа). 3. Удостоверение о повышении квалификации 771803728793, регистрационный номер 15-00579-25 ПК, «Патентное право». 22.05.2025-27.05.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва. 27.05.2025г. (26 часов). 4. Удостоверение о повышении квалификации 771803728963, регистрационный номер 15-00747-25 ПК, «Актуальные вопросы оценки объектов интеллектуальной собственности». 24.06.2025-26.06.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва. 26.06.2025г. (24 часа). 5. Удостоверение о повышении квалификации 71803728921, регистрационный номер 15-00705-25 ПК, «Оформление и экспертиза заявки на объекты интеллектуальной собственности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные

				знаки) по отраслевым направлениям»». 31.05.2025-06.06.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва. 06.06.2025г. (48 часов).

ФОРМА ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

Факультет маркетинга и торгового дела
Кафедра маркетинга и торгового дела
Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело

О Т Ч Е Т
по практике
по профилю профессиональной деятельности
студента

Выполнил студент гр.ТД-25-МА

Иванов Иван Иванович
(ФИО)

_____

(подпись)

Проверили:

_____
(должность, ФИО Руководителя от Организации)

_____
(оценка) *(подпись)*

_____
МП *(дата)*

_____
(должность, ФИО Руководителя от ДОННУЭТ)

_____
(оценка) *(подпись)*

_____
(дата)

Донецк
20__

ФОРМА ОТЗЫВА РУКОВОДИТЕЛЯ ПО ПРАКТИКЕ
(ДЛЯ МАГИСТРАТУРЫ)

ОТЗЫВ

на отчет о прохождении преддипломной практики (по профилю профессиональной деятельности)

Студент Иванов Иван Иванович
(ФИО)

Институт/факультет маркетинга и торгового дела
Курс 2 группа ТД - 25-МА

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело
Руководитель практики от ДОННУЭТ Криковцева Нина Александровна, к.э.н., профессор

(ФИО, должность, ученая степень, звание)

Кафедра маркетинга и торгового дела
(название кафедры)

Раздел 1. Критерии, при наличии хотя бы одного из которых работа оценивается только на «неудовлетворительно»

№№	Наименование критерия	
1	Содержание отчета не соответствует требованиям	
2	Уровень оригинальности ниже 60%	
3	Оформление отчета не соответствует требованиям	

Раздел 2. Оценка работы (при неудовлетворительной оценке не заполняется)

№	Наименование показателя	Баллы
1	**Качество подобранного материала для проведения анализа**	
1.1	Наличие источников информации в соответствии с заданием (максимум 5 баллов)	
1.2	Актуальность представленных в отчете данных, материалов (максимум 5 баллов)	
	Итого (максимум 10 баллов)	
2.	**Качественная оценка проведенного анализа собранных материалов**	
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие заданию (максимум 10 баллов)	
2.2	Степень самостоятельности проведенного анализа (максимум 10 баллов)	
2.3	Качество проведенного анализа собранных материалов, данных (максимум 20 баллов)	
	Итого (максимум 40 баллов)	

3.	**Выполнение общих требований к проведению практики**	
3.1	Своевременное выполнение отдельных этапов прохождения практики и предоставления документов (максимум 3 балла)	
3.2	Выполнение требований Руководителя по выполнению заданий (максимум 2 балла)	
3.3	Выполнение требований к оформлению отчета по практике (максимум 5 баллов)	
	Итого (максимум 10 баллов)	
	Всего до промежуточной аттестации (максимум 60 баллов)	

Замечания:

_____

_____

_____

Количество баллов по результатам защиты отчета _____ (максимум 40 баллов)

Отчет защищен с оценкой «_____»

В ходе прохождения практики, подготовки и защиты отчета обучающийся продемонстрировал уровень освоения компетенций, предусмотренный программой практики: *продвинутый, повышенный, базовый, компетенции не освоены (выбрать нужное).*

Руководитель практики от ДОННУЭТ _____(_____)

Дата: «___» _____20__г.