Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.10.2026 20:55:26
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

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

«25» марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Б2.В.04(Пд) «Производственная преддипломная практика»

Укрупненная группа направлений подготовки: 38.00.00 Экономика и управление

Образовательная программа высшего образования– программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль Маркетинг, Рекламный бизнес

Факультет маркетинга и торгового дела

Форма обучения, курс: очная форма обучения 4 курс

очно-заочная форма обучения 5 курс

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

Донецк
2026

Рабочая программа практической подготовки при проведении Производственной преддипломной практики для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Маркетинг, профиль Рекламный бизнес, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик:
Бессарабова Анна Александровна, к.э.н., 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. Махоносов
(подпись) (инициалы, фамилия)

Дата «17» февраля 2026 года

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

©Бессарабова А.А. 2026 год
© ФГБОУ ВО «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/ магистерская программа/специализация, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика практической подготовки при проведении практики</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направления подготовки
38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
38.03.01 Экономика</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество часов – 108</td><td rowspan="3">Профиль:
Маркетинг
Рекламный бизнес</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>8-й</td><td>Л</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Количество часов в неделю для очной и очно-заочной форм обучения:
36</td><td rowspan="3">Программа высшего образования
–
программа бакалавриата</td><td colspan="2">Индивидуальные задания:</td></tr>
<tr><td>———</td><td>———</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Цель преддипломной практики: непосредственная практическая подготовка к самостоятельной работе в должности маркетолога на предприятии, сбор материалов для написания выпускной квалификационной работы, углубление и закрепление теоретических знаний по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Рекламный бизнес.

Задачи:

- получение информации о состоянии спроса и тенденциях развития конъюнктуры отдельных рынков;
- анализ маркетинговой среды;
- оценка сильных и слабых сторон 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 научных исследований по специальности, участие в их разработке.

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

Практическая подготовка при проведении Б2.В.04 (Пд) «Производственная преддипломная практика» относится к части формируемой участниками образовательного процесса дисциплинам части ОПОП ВО.

Практика базируется на освоении таких профессиональных дисциплин как Маркетинг, Управление маркетингом, Поведение потребителя, Логистика, Маркетинговая ценовая политика, Промышленный маркетинг, Маркетинговые исследования, Маркетинговые коммуникации, Коммерческая деятельность, Инфраструктура товарного рынка , Международный маркетинг, Торговый маркетинг, Рекламная деятельность, Маркетинг бизнесвзаимодействия, Интернет-маркетинг, Маркетинговая политика распределения, Маркетинговая товарная политика и другие.

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 к подготовке и проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК-1$_{ПК1}$ Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях. ИДК-2$_{ПК1}$ Уметь систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; создавать отчеты по результатам маркетингового исследования. ИДК-3$_{ПК1}$ Владеть навыками подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой

	информации; формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию комплекса маркетинга в организации.	ИДК-1$_{ПК2}$ Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); подходы к формированию сбытовой политики организации. ИДК-2$_{ПК2}$ Уметь улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами; рассчитывать цены на товары (услуги) организации; проводить оценку сбытовой политики организации; управлять продажами товаров и услуг. ИДК-3$_{ПК2}$ Владеть навыками подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); разработки конкурентных ценовых стратегий; разработки сбытовой политики организации; совершенствования системы распределения (дистрибуции) в организации
ПК-3. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИДК-1$_{ПК3}$ Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, инструменты маркетинговых коммуникаций. ИДК-2$_{ПК3}$ Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики. ИДК-3$_{ПК3}$ Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений
ПК-4. Способность к формированию маркетинговой стратегии организации, планированию и контролю маркетинговой деятельности организации	ИДК-1$_{ПК4}$ Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности; методику проведения комплексного маркетингового исследования; инструменты бренд-менеджмента. ИДК-2$_{ПК4}$ Уметь проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации. ИДК-3$_{ПК4}$ Владеть навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации; создания и развития операционной

	системы для выполнения маркетинговых функций в организации
ПК-5. Способность к педагогической деятельности по проектированию и реализации образовательного процесса	ИДК-1$_{ПК5}$ Знать нормативные документы по вопросам обучения и воспитания; пути достижения образовательных результатов и способы оценки результатов обучения; рабочую программа и методику обучения по преподаваемому предмету. ИДК-2$_{ПК5}$ Уметь объективно оценивать знания обучающихся на основе тестирования и других методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями обучающихся. ИДК-3$_{ПК5}$ Владеть навыками планирования и проведения учебных занятий; систематического анализа эффективности учебных занятий и подходов к обучению; оценки текущих и итоговых результатов освоения основной образовательной программы обучающимися

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 пронит. 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 замечаний руководителя практики, защита отчета по практике	Письменный отчет вместе с другими документами (дневник, характеристика и т.п.) подается руководителю преддипломной практики кафедры. Отчет должен содержать сведения о выполнении 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	очно-заочная форма обучения
Организационно подготовительный этап		
Инструктаж об организации и прохождении преддипломной практики на кафедре.	0,5	0,5
Индивидуальные консультации с руководителем преддипломной практики и выпускной квалификационной работы		
Оформление документов и инструктаж о правилах внутреннего распорядка организации	0,5	0,5
Аналитический этап		
Цели, задачи и правовой статус предприятия	0,5	0,5
Охрана труда и техника безопасности	0,5	0,5
Экономическая маркетинговая характеристика предприятия	1	1
Организационная структура управления маркетингом на предприятии	0,5	0,5
Потенциал и сегментация рынка	1	1
Товар и товарная политика	1	1
Формирование товарного ассортимента	1	1
Движение и сбыт товаров	0,5	0,5
Установление цен на товары	0,5	0,5
Реклама и стимулирование сбыта	1	1
Планирование маркетинга	1	1
Использование интернет-технологий	0,5	0,5
Выполнение индивидуального задания	1	1
Научно-исследовательская работа	1	1
Оформление отчета	1	1
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. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА 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; – защита работы	 75 25	 75 25
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

10. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным прохождением практической подготовки при прохождении практики

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. Казакова, Е. Б. Маркетинг торговых услуг [Текст] : учеб. пособие [для студентов направления подгот. 38.03.01 "Экономика", профиль "Маркетинг услуг"] / 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". – Донецк : ДонНУЭТ, 2019.

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 «ПИП «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, Э.М. Локтев, Н.И. Морозова Производственная преддипломная практика. Рабочая программа и методические рекомендации [Текст] : М-во образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела; Е.М. Азарян, Э.М. Локтев, Н.И. Морозова. – Донецк : [ДонНУЭТ], 2020. – 33 с.

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

Название базы практики	**Контактное лицо**	**Сроки действия**	**Ответственный от ДОННУЭТ**	**Направления подготовки**
ООО «АРОНИЯ»	Бальшина Марина Александровна	19.04.2024 – 31.12.2030	Кафедра маркетинга	ТД – 21
ИП Королев Т.Р.	Королев Тимур Русланович	23.04.2024 – 01.09.2026	Кафедра маркетинга	ТД – 10
ИП Кононова Г.Д.	Кононова Татьяна Джановна	23.04.2024 – 31.12.2030	Кафедра маркетинга	ТД – 20
ИП Васильев С.В.	Васильев Сергей Васильевич	26.04.2024 – 01.09.2028	Кафедра маркетинга	ТД – 21
ООО «ХАЙТЕК»	Малый Андрей Викторович	12.04.2024 – 01.09.2026	Кафедра маркетинга	ТД – 10
ИП Валеева Н.В., сеть магазинов «МИДА»	Валеева Наталья Витальевна	25.04.2024 – 31.12.2030	Корчига Л.И.	ТД – 12
ООО «ДОНФРОСТ»	Климов Константин Геннадиевич	03.05.2024 – 31.12.2030	Кафедра ХМУ Пьянкова Ю.В.	ТД – 6

14. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Фамилия, имя, отчество	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совмести-тельства; 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
Бессарабова Анна Александровна	По основному месту работы	Должность – доцент кафедры маркетинга и торгового дела, ученая степень – кандидат экономических наук ученое звание – доцент	Высшее, магистр, экономика, диплом кандидата наук КА № 000447	1. Программа повышения квалификации «Актуальные вопросы оценки объектов интеллектуальной собственности». Удостоверение о повышении квалификации 771803728954 регистрационный номер 15-00738-25ПК от 26.06.2025г. (24 ч.) 2. Программа повышения квалификации «Организационно-управленческое и организационно-методические основы инклюзивного высшего образования». Удостоверение о повышении квалификации 773401178508 регистрационный номер РЦ-2885 от 02.07.2025г. (72 ч.) 3. Программа повышения квалификации по способам решения типовых производственных задач в программном продукте AXELOT TMS

				Х4 в рамках программы обучения профессорско-преподавательского состава высших учебных заведений. Удостоверение о повышении квалификации № 1007-1036 от 31.03.2025г. (в рамках соглашения о сотрудничестве АЛ-014107 от 20.03.2025 г.). 4. Программа повышения квалификации по «Менеджмент и маркетинг в сфере медиа». Удостоверение о повышении квалификации ПК 00752670 регистрационный номер 747347 от 19.02.2025г. (72 ч.) 10 баллов 5. Программа повышения квалификации по «Организация работы с обучающимися с ограниченными возможностями (ОВЗ) в контексте реализации обновленных ФГОС НОО и ФГОС ООО». Удостоверение о повышении квалификации ПК 0251506 регистрационный номер 250115 от 19.02.2025г. (72 ч.) 6. «Медиакоммуникации: медийные и образовательные аспекты». Диплом о профессиональной переподготовке № 000000232663 от 29.01.2025г., регистрационный

				номер 225878 7. «Государственное и муниципальное управление в образовательных организациях». Диплом о профессиональной переподготовке ППП № 0069919 от 29.01.2025г., регистрационный номер 68710

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 38.03.01 Экономика
Профиль: Рекламный бизнес

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

Выполнил студент гр.РБ-19-А

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 БАКАЛАВРИАТА)

ОТЗЫВ

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

Студент Иванов Иван Иванович
(ФИО)

Факультет маркетинга и торгового дела
Курс 4 группа РБ -19-А

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Профиль Рекламный бизнес
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.