

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна  
Должность: Проректор по учебно-методической работе  
Дата подписания: 02.03.2025 11:01:57  
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

(подпись)

2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ  
ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

**Б2.В.03(Пд) ПРАКТИКА ПО ПРОФИЛЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

(вид и тип практики в соответствии с учебным планом)

Укрупненная группа направлений подготовки/специальностей

38.00.00 Экономика и управление

(код, наименование)

Программа высшего образования – программа магистратуры

Направление подготовки/специальность

38.04.01 Экономика

(код, наименование)

Магистерская программа:

Маркетинг, Рекламный бизнес

(наименование)

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 2024

Рабочая программа практической подготовки при проведении  
Практика по профилю профессиональной деятельности для обучающихся по  
направлению подготовки/специальности 38.04.01 Экономика, магистерской  
программе: Маркетинг, Рекламный бизнес разработанная в соответствии с  
учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:  
– в 2024 г. – для очной формы обучения;  
– в 2024 г. – для заочной формы обучения;

Разработчик/Разработчики:

Морозова Наталья Игоревна, к.э.н., доцент

Кривонос Алина Александровна, к.э.н., доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового  
дела

Протокол от «20» февраля 2024 года № 15

Зав. кафедрой



КАФЕДРА  
МАРКЕТИНГА И  
ТОРГОВОГО ДЕЛА

I.M. Рвачева  
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела



(подпись)



A.V. Махноносов  
(инициалы, фамилия)

Дата «20» февраля 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «28» февраля 2024 года № 7

Председатель

(подпись)



L.V. Крылова

(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_ 20\_\_ год

Морозова Н.И., Кривонос А.А.  
© ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и  
торговли имени Михаила Туган-  
Барановского», 2024 год

# 1. ОПИСАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/специальность, профиль/ магистерская программа/специализация, программа высшего образования	Характеристика практической подготовки при проведении практики	
		<b>очная форма обучения</b>	<b>заочная форма обучения</b>
Количество зачетных единиц – 24	Укрупненная группа направлений подготовки/специальностей 38.00.00 Экономика и управление (код, название)	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.04.01 Экономика (код, название)		
Общее количество часов – 864	Магистерская программа: Маркетинг Рекламный бизнес	<b>Год подготовки</b>	
		2-й	3-й
		<b>Семестр</b>	
		4-й	5-й
Количество часов в неделю для очной и заочной форм обучения: 54	Программа высшего образования – программа магистратуры	<b>Самостоятельная работа</b>	
		848	848
		<b>Индивидуальные задания:</b>	
		16	16
		<b>Форма промежуточной аттестации:</b>	
зачет с оценкой	зачет с оценкой		

## 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 38.04.01 Экономика, Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес

### **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 эффективности 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 ООП ВО

Практическая подготовка при проведении Б2.В.03(Пд) Практики по профилю профессиональной деятельности входит в Блок 2. Практика и относится к части формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

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: «Микроэкономика (продвинутый курс)», «Макроэкономика (продвинутый курс)», «Методология и методы научных исследований», «Охрана труда в отрасли», «Оценка рисков в коммерческой деятельности», «Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики», «Стратегический маркетинг», «Экологический маркетинг», «Международный маркетинг (продвинутый курс)», «Стратегический и инновационный менеджмент», «Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности», «Операционный маркетинг», «Маркетинг продаж», «Эконометрика (продвинутый курс)», «Разработка и реализация ВТЛ - акций», 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
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИДК-1ук-1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
	ИДК-2ук-1 Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.
	ИДК-3ук-1 Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1ук-2 Понимает принципы проектного подхода к управлению.
	ИДК-2ук-2 Демонстрирует способность управления проектами.
	ИДК-3ук-2 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта (исследования), вносит дополнительные изменения (при необходимости) в план и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1ук-3 Понимает и знает особенности формирования эффективной команды.
	ИДК-2ук-3 Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия.
	ИДК-3ук-3 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1ук-4 Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия).
	ИДК-2ук-4 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные.
	ИДК-3ук-4 Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях в том числе на иностранном(ых) языке(ах)

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1 <sub>УК-5</sub> Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	ИДК-2 <sub>УК-5</sub> Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	ИДК-3 <sub>УК-5</sub> Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК-1 <sub>УК-6</sub> Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.
	ИДК-2 <sub>УК-6</sub> Проводит оценку своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования.
	ИДК-3 <sub>УК-6</sub> Оценивает предложения рынка труда с целью определения приоритетов профессионального развития
ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и (или) исследовательских задач	ИДК-1 <sub>ОПК-1</sub> Понимает теории, принципы и законы фундаментальной экономической науки на продвинутом уровне.
	ИДК-2 <sub>ОПК-1</sub> Использует экономические знания, позволяющие принимать эффективные решения при решении практических и (или) исследовательских задач.
	ИДК-3 <sub>ОПК-1</sub> Дает оценку и интерпретирует результаты исследований в области экономики для решения практических и (или) исследовательских задач.
ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях	ИДК-1 <sub>ОПК-2</sub> Применяет методы экономического анализа для решения фундаментальных прикладных задач в области профессиональных знаний.
	ИДК-2 <sub>ОПК-2</sub> Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации с использованием продвинутых инструментальных методов экономического анализа.
	ИДК-3 <sub>ОПК-2</sub> Использует продвинутый логико-методологический инструментарий экономического анализа для оценки современных исследований.
ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике	ИДК-1 <sub>ОПК-3</sub> Использует современные подходы для критической оценки научных исследований в экономике.
	ИДК-2 <sub>ОПК-3</sub> Обобщает результаты оценки научных исследований в экономике.
	ИДК-3 <sub>ОПК-3</sub> Приводит выводы на основании критического подхода к результатам научных исследований.
ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово	ИДК-1 <sub>ОПК-4</sub> Применяет современные финансовые и экономические инструменты для

обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	разработки мероприятий по повышению эффективности проектов.
	ИДК-2 <sub>ОПК-4</sub> Применяет методы оценки эффективности и на их основе разрабатывает варианты организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и несет за них ответственность.
	ИДК-3 <sub>ОПК-4</sub> Прогнозирует ответное поведение заинтересованных сторон на принимаемые организационно-управленческие решения.
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ИДК-1 <sub>ОПК-5</sub> Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач.
	ИДК-2 <sub>ОПК-5</sub> Содержательно интерпретирует полученные данные с помощью программных средств при решении профессиональных задач.
	ИДК-3 <sub>ОПК-5</sub> Использует современные информационные технологии и программные средства при обработке финансово-экономических показателей для выбора управленческих решений.
ПК-1. Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1 <sub>ПК-1</sub> Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности
	ИДК-2 <sub>ПК-1</sub> Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности
ПК-2 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИДК-1 <sub>ПК-2</sub> Знать методику и технологии проведения научных исследований конъюнктуры рынка и бизнес технологий
	ИДК-2 <sub>ПК-2</sub> Уметь прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий
ПК-3 Способностью 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 <sub>ПК-3</sub> Уметь проводить исследования профессиональной деятельности
	ИДК-2 <sub>ПК-3</sub> Уметь прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности
ПК-4. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК-1 <sub>ПК-4</sub> Знать методику проведения комплексного маркетингового исследования
	ИДК-2 <sub>ПК-4</sub> Уметь разрабатывать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов)
	ИДК-3 <sub>ПК-4</sub> Владеть инструментами проектного



	управления в выработке эффективной маркетинговой деятельности
ПК-5. Формирование и управление маркетинговой стратегией организации	ИДК-1 <sub>ПК5</sub> Знать методику проведения комплексного маркетингового исследования, методы управления бизнес-процессами
	ИДК-2 <sub>ПК5</sub> Уметь разрабатывать маркетинговую стратегию организации, реализовывать маркетинговые стратегии в организации
	ИДК-3 <sub>ПК5</sub> Владеть навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации, руководства работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации
ПК-6. Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-1 <sub>ПК6</sub> . Знать особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем
	ИДК-2 <sub>ПК6</sub> . Знать особенности функционирования современных социальных медиа
	ИДК-3 <sub>ПК6</sub> . Уметь планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-7. Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-1 <sub>ПК7</sub> . Знать принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)
	ИДК-2 <sub>ПК7</sub> . Уметь взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта
	ИДК-3 <sub>ПК7</sub> . Уметь контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-8. Способность к планированию и контролю маркетинговой деятельности организации	ИДК-1 <sub>ПК8</sub> Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности; инструменты бренд-менеджмента.
	ИДК-2 <sub>ПК8</sub> Уметь проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации.
	ИДК-3 <sub>ПК8</sub> Владеть навыками осуществления контроля маркетинговой деятельности организации; создания и развития операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

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 проведенные 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	<p>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.</p>
Экономическая маркетинговая характеристика предприятия	<p>Виды хозяйственной деятельности предприятия. Основной вид деятельности и его характеристика.</p> <p>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).</p> <p>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</p>
Организационная структура управления маркетингом на предприятии	<p>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.</p> <p>Анализ уровня оптимальности структуры маркетинговой деятельности предприятия с точки зрения функций, товара, конечного потребителя и территориального расположения.</p>
Потенциал и сегментация рынка	<p>Структура и классификация рынка товаров исследуется с учетом социальных, экономических, географических, политических, психологических и потребительских факторов (мотивов).</p> <p>Определение и подтверждение расчетами наиболее привлекательных сегментов рынка с учетом объема продаж, размера прибыли, темпов роста и интенсивности конкуренции.</p> <p>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</p>

	<p>оцените уровень удовлетворения текущих и перспективных потребностей исследуемых товаров. Рассчитайте емкость рынка за последние несколько лет, дайте оценку и прогноз на перспективу.</p>
<p>Товар и товарная политика</p>	<p>Характеристика товаров, которые исследуются и их маркетинговая классификация.</p> <p>Потребительские свойства, качество, внешнее оформление, упаковка и маркировка товаров.</p> <p>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.</p>
<p>Формирование товарного ассортимента</p>	<p>Формирование товарного ассортимента. Цели и задачи формирования товарного ассортимента.</p> <p>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.</p> <p>Проведите тестирование исследуемых товаров, дайте анализ и оценку полученных результатов. Изучите факторы рыночного успеха и рыночных неудач исследуемых товаров. Оцените конкурентоспособность исследуемых товаров.</p>
<p>Движение и сбыт товаров</p>	<p>Дайте оценку эффективности системы распределения товаров с учетом выбора путей, форм, сроков и удобства движения товаров, объема продаж, уровня товарных запасов и издержек обращения.</p> <p>Проанализируйте маршруты и графики завоза товаров в розничную торговую сеть. Рассчитайте оптимальные размеры партий и интервалы завоза товаров.</p> <p>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.</p> <p>Изучите особенности и состояние предпродажной подготовки исследуемых товаров, выявите недостатки и предложите меры по обеспечению необходимой подготовки товаров к продаже.</p> <p>Изучите сегментацию услуг. Рассчитайте потребность в услугах, их экономическую целесообразность. Предложите возможные пути расширения услуг, повышение их качества и эффективности.</p>

Установление цен на товары	<p>Цели и задачи предприятия при установлении цен на исследуемые товары.</p> <p>Проведите замеры спроса потребителей на товары при разном уровне цен и проанализируйте его эластичность.</p> <p>Изучите методику расчета цен, сделайте расчет возможных цен закупки и реализации исследуемых товаров</p>
Реклама и стимулирование сбыта	<p>Изучение и анализ маркетинговых коммуникаций на предприятии.</p> <p>Проведите анализ и дайте оценку затрат на рекламу. Разработайте план рекламных мероприятий на следующий год и бюджет расходов на рекламу.</p> <p>Проведите анализ, дайте оценку и внесите предложения по повышению эффективности использования средств стимулирования на предприятии.</p>
Планирование маркетинга	<p>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.</p> <p>Целевые рынки, на которых предприятие сосредоточивает или должно сосредоточивать свои усилия. Разработайте и предложите товарную, ценовую, рекламную и сбытовую стратегию предприятия по исследуемым товарам.</p> <p>Разработайте и предложите товарную, ценовую, рекламную и сбытовую стратегию предприятия в соответствии со степенью новизны товара и рынка.</p>
Использование интернет-технологий	<p>Характеристика используемых на предприятии интернет технологий.</p> <p>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?</p>
Выполнение индивидуального задания	<p>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.</p>
Оформление отчета	<p>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.</p>

	<p>Отчет должен содержать сведения о выполнении обучающимся всех разделов программы преддипломной практики и индивидуального задания, выводы и предложения, список использованной литературы и тому подобное.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Сдача отчета по практике, дневника и отзыва-характеристики на кафедру, устранение замечаний руководителя практики, защита отчета по практике</p>	<p>Письменный отчет вместе с другими документами (дневник, характеристика и т.п.) подается руководителю преддипломной практики кафедры.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Комиссия принимает защиту отчетов обучающихся на базах практики в последние дни ее прохождения или в учебном заведении.</p>

## 6. СТРУКТУРА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

	Количество часов/ дней	
	очная форма обучения	заочная (очно- заочная) форма обучения
<b>Организационно подготовительный этап</b>		
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
<b>Аналитический этап</b>		
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
<b>Отчетный этап</b>		
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; – индивидуальное задание; – защита работы	50	50
	10	10
	40	40
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет	100
<b>Итого за семестр</b>		<b>100</b>

## 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. 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 ВТЛ-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», магистерская прогн. "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**

Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. — [Донецк, 2021— ]. — Текст : электронный.

Информо : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». — Москва : Издат. дом «Информо», [2018?— ]. — URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.

IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». — [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст. Аудио. Изображения : электронные.

Лань : электрон.-библ. система. — Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011—2021. — URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. — Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011—2021. — URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения:

01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

Polpred : электрон. библиотечная система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Book on lime : дистанционное образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, сор. 2017. – URL: <https://bookonline.ru> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008– ]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.

Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Университетская библиотека онлайн : электрон. библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: <http://catalog.donnuet.education> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

### 13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Список планируемых Профильных организаций:

ООО «Арония», Срок действия договора: 19.04.2024 – 31.12.2030  
ДНР, 283000, г.Донецк, ул. Университетская, 29.

ФЛП Валеев. Срок действия договора: с 01.04.2019 по 31.12.2024г.  
ДНР, 283000, г.Донецк, Ул. Владычанского, 32

ГП «Почта Донбасса». Срок действия договора: с 01.01.2020г. по  
31.12.2025г. ДНР, 283001, г.Донецк, Ул. Артема, 72.

Министерство доходов и сборов Донецкой Народной Республики. Срок  
действия договора: с 23.09.2020г. по 31.12.2025г. ДНР, 283000, г.Донецк,  
Ул. Артема, 114.

ООО «Лемуа». Срок действия договора: с 30.04.2021г. по 31.12.2025г.  
ДНР, г.Шахтерск, Ул. Ленина, 85.

ООО «ДОНФРОСТ». Срок действия договора: с 30.04.2021г по  
31.12.2026г. ДНР, 283112, г. Донецк, ул. Жуковского, 2.

ФЛП Горбачева Е.А. Срок действия договора: с 31.05.2021г по  
31.12.2026г. ДНР, г. Донецк Ул.Мушкетовская, 20.

ИП Остапенко С.Е. Срок действия договора: 23.04.2024 – 31.12.2030гг.  
ДНР, город Горловка, поселок Широкая Балка.

ИП Королев Т.Р. Срок действия договора: 23.04.2024 – 01.09.2026гг.

ИП Кононова Г.Д.. Срок действия договора: 23.04.2024 – 31.12.2030гг.

ИП Васильев С.В. Срок действия договора: 26.04.2024 – 01.09.2028 гг.

ООО «ХАЙТЕК». Срок действия договора: 12.04.2024 – 01.09.2026гг.  
283015, Донецкая Народная Республика, г.о. Донецк, г. Донецк, ул. 50-Летия  
СССР, д. 149

### 13. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Фамилия, имя, отчества	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*
Морозова Наталья Игоревна	По основному месту работы	Должность - доцент, кандидат экономических наук, ученое звание доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», магистр по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК №000186	<p>1. Удостоверение о повышении квалификации № 600000449448 от 10.11.2018г., «Актуальные вопросы государственного регулирования цен (тарифов) и ценообразования на предприятиях», 32 часа, Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва.</p> <p>2. Сертификат о повышении квалификации №0044/20овз, от 09.10.2020г., 36 часов, «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.</p>

				<p>3. Сертификат о повышении квалификации №0049/20от, от 20.11.2020г., «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального образования», 36 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.</p> <p>4. Справка о прохождении стажировки б\н, 01.06.2021. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Стажировка без отрыва 72ч. 21.04.2021 - 31.05.2021. ООО "Хайтек", г.Донецк</p> <p>5. Присвоение ученого звания доцента 18.10.2021г.</p> <p>6. Удостоверение о повышении квалификации 61240026999 1-14481 «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 22.09.22-24.09.22, 12 часов</p>
Кривонос Алина Александровна	по основному месту работы	Должность - доцент, кандидат экономических наук, ученое звание - доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», профессионал в сфере маркетинга, диплом кандидата экономических наук ДК №015966	<p>1. Сертификат о повышении квалификации № 0041/20 овоз 09.10.20 г., «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», 36 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-</p>

				<p>Барановского», школа педагогического мастерства</p> <p>2. Сертификат о повышении квалификации 0042/20 от 20.11.20 г. по программе «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального образования» 36 ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», школа педагогического мастерства</p> <p>3. Справка о прохождении стажировки бн, 01.06.2021. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Стажировка без отрыва 72ч. 21.04.2021 - 31.05.2021. ООО "Хайтек", г. Донецк</p> <p>4. Присвоение ученого звания доцента 18.10.2021г.</p> <p>5. Удостоверение о повышении квалификации 612400031269 1-17804 «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 22.09.22-24.09.22, 12 часов</p> <p>6. Удостоверение о повышении квалификации 612400031269 1-17804 «Организационно-методические аспекты разработки и реализации программ высшего образования по направлениям подготовки Экономика и управление» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 30.05.23-01.06.23, 36 часов</p>
--	--	--	--	--



**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 38.04.01 Экономика  
Магистерская программа: Маркетинг

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

---

**студента**

Выполнил студент гр.МТ-23-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 практики по профилю профессиональной  
деятельности

Студент

Иванов Иван Иванович  
(ФИО)

Институт/факультет маркетинга и торгового дела  
Курс 2 группа МТ - 23-МА

Направление подготовки 38.04.01 Экономика

магистерская программа Маркетинг

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)	
	<b>Итого (максимум 10 баллов)</b>	
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)	

	<b>Итого (максимум 40 баллов)</b>	
<b>3.</b>	<b>Выполнение общих требований к проведению практики</b>	
<b>3.1</b>	Своевременное выполнение отдельных этапов прохождения практики и предоставления документов (максимум 3 балла)	
<b>3.2</b>	Выполнение требований Руководителя по выполнению заданий (максимум 2 балла)	
<b>3.3</b>	Выполнение требований к оформлению отчета по практике (максимум 5 баллов)	
	<b>Итого (максимум 10 баллов)</b>	
	<b>Всего до промежуточной аттестации (максимум 60 баллов)</b>	

**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.**