

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Производственного менеджмента и
маркетинга

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор



Е.В. Кислюк

27.04.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
Производственная практика

Б2.О.03(П)

Преддипломная практика

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль "Маркетинг"

Квалификация *БАКАЛАВР*

Форма обучения *очная*

Объём практики *6 ЗЕТ*

Год начала подготовки
по учебному плану *2023*

Составители:

ст.препод.



Н.В.Близкая

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент



Ю.Лунина

Рабочая программа практики "Преддипломная практика" разработана в соответствии с: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинг", утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Рабочая программа практики рассмотрена на заседании кафедры "Маркетинга и логистики"

Заведующий кафедрой:

канд.экон.наук, доцент Попова Т.А.



Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2-3 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 3-4 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 4-5 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

Визирование РПП для исполнения в очередном учебном году

"УТВЕРЖДАЮ"

Рабочая программа практики пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 5-6 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Зав. кафедрой канд. экон.наук, доцент, Попова Т.А.

подпись

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целью преддипломной практики является практическое использование обучающимися приобретенных теоретических знаний, изучение практики деятельности маркетинговых служб, формирование профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных творческих решений, сбор нормативно- справочных и информационных материалов для написания выпускной работы.

1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

В результате прохождения преддипломной практики обучающиеся должны:

- изучить структуру управления предприятием;
- выявить основы организации, роли и функций службы маркетинга;
- уметь осуществлять сбор информации о деятельности конкретного предприятия на рынке товаров и услуг;
- осуществлять анализ эффективности маркетинговых мероприятий отдела маркетинга;
- проводить анализ литературы и документальных источников, наблюдение, неформализованное интервью с целью сбора и обработки информации (для отчета по практике), разработку программы и инструментария исследования для научно-исследовательской части задания на практику;
- владеть навыками анализа материалов финансово-экономической деятельности предприятия;
- владеть навыками выработки предложений по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия а также совершенствованию управленческой (маркетинговой) деятельности организации (предприятия)

1.3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть	Б2.О.03(П)
-------------	------------

1.3.1. "Преддипломная практика" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинговые коммуникации

Маркетинговое ценообразование

Бизнес-планирование

Маркетинговая товарная политика

Международный маркетинг

Управление проектами

Брендинг

Инфраструктура товарного рынка

1.3.2. Дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПК-7: Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Знать:

Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания методов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 2	демонстрирует знания методов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.

Уметь:

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 2	умеет осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.

Владеть:

Уровень 1	слабо владеет навыками осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 2	владеет навыками осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.
Уровень 3	уверенно владеет навыками осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.

ПК-9: Владеет маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в различных сферах маркетинга

Знать:

Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге
Уровень 2	демонстрирует знания маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге

Уметь:

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет использовать маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге
Уровень 2	умеет использовать маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге
Уровень 3	эффективно умеет использовать маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге

Владеть:

Уровень 1	слабо владеет навыками использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге
Уровень 2	владеет навыками использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге
Уровень 3	уверенно владеет навыками использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге

ПК-2: Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию

Знать:

Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания порядка взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей
Уровень 2	демонстрирует знания порядка взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания порядка взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей

Уметь:

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет взаимодействовать с участниками работ; планировать и контролировать реализацию стратегии; выявление и устранение причин расхождения показателей
Уровень 2	умеет взаимодействовать с участниками работ; планировать и контролировать реализацию стратегии; выявление и устранение причин расхождения показателей
Уровень 3	эффективно умеет взаимодействовать с участниками работ; планировать и контролировать реализацию стратегии; выявление и устранение причин расхождения показателей

Владеть:

Уровень 1	слабо владеет навыками взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей
Уровень 2	владеет навыками взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей
Уровень 3	уверенно владеет навыками взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей

ПК-5: Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации

Знать:

Уровень 1	поверхностно демонстрирует знания методики оставления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения
Уровень 2	демонстрирует знания методики оставления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методики оставления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения

Уметь:

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет оставлять планы и прогнозы; проводить контрольные мероприятия; выявлять и устранять причины расхождения показателей; подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения
Уровень 2	умеет оставлять планы и прогнозы; проводить контрольные мероприятия; выявлять и устранять причины расхождения показателей; подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения
Уровень 3	эффективно умеет оставлять планы и прогнозы; проводить контрольные мероприятия; выявлять и устранять причины расхождения показателей; подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения

Владеть:

Уровень 1	слабо владеет навыками составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения
Уровень 2	владеет навыками составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения
Уровень 3	уверенно владеет навыками составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения

В результате прохождения "Преддипломная практика" обучающийся должен:

1 Знать:	
	возможные типы организационно-правовой структуры предприятия, основные его подразделения и службы, их функции и взаимодействие;
	виды деятельности предприятия;
	особенности осуществления маркетинговой деятельности, способов продвижения продукции, услуг, в том числе с использованием Интернет- технологий;
	основные финансово-экономические показатели деятельности предприятий.
2 Уметь:	
	выполнять должностные обязанности маркетолога, осуществлять маркетинговую деятельность, применять элементы маркетинг-микса при планировании, организации и управлении деятельностью предприятия.

3	Владеть:					
	навыками сбора информации и оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей в маркетинге.					
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ						
Результаты прохождения практики формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом "Порядок организации текущего контроля и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". Видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой.						
<i>1.5.1. Формы отчетности по практике</i>						
<p>Процедура аттестации студента по итогам практики.</p> <p>По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики. Отчет должен иметь объем 35-40 страниц формата А4 машинописного текста и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.</p> <p>Результаты практики оценивает комиссия. Во внимание принимается качество отчета, который должен быть оформлен в соответствии с установленными требованиями письменного отчета, и отзыв руководителя практики от предприятия, а также устные ответы студента на вопросы по прохождению и результатам практики. По итогам аттестации комиссия выставляет дифференцированную оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно).</p> <p>Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению в установленном порядке из института, как имеющие академическую задолженность.</p> <p>Структура отчета.</p> <p>Отчет должен состоять из следующих разделов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - введения, в котором приводится общая характеристика места практики; - основной части, в которой описываются все результаты, полученные в ходе прохождения практики; - заключения, в котором анализируется проведенная работа в целом и дальнейшие мероприятия в части приобретения углубленных знаний и умений по теме практики; - приложений к отчету (при необходимости). <p>К отчету прилагается «Дневник практики» с отзывом-характеристикой и заполненным графиком выхода студента на работу. Дневник и отчет должны быть оформлены на месте практики и представлены для заключения и отзыва руководителю практики от предприятия.</p> <p>Структура отчета должна содержать необходимый перечень следующих документов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - титульный лист отчета; - индивидуальное задание; - рабочий график; - дневник прохождения практики; 						
РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ						
2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ПРАКТИКИ						
Общая трудоёмкость "Преддипломная практика" составляет 6 зачётные единицы, 216 часов. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом и календарно-тематическим планом, которые разрабатываются и корректируются ежегодно.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРАКТИКИ						
Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интр акт.	Примечания
Раздел 1. Подготовительный						
Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности /Пр/	8	2		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		

Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности /Ср/	8	20		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Тема 1.2 Ознакомление с тематикой отчетов по преддипломной практике. Выбор темы /Ср/	8	24		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Раздел 2. Исследовательско-аналитический						
Тема 2.2 Изучение организационной характеристики предприятия /Ср/	8	27		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Тема 2.3 Анализ состояния рынка и основных факторов маркетинговой среды предприятия /Ср/	8	30		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Тема 2.4 Анализ организации и управления маркетинговой службой предприя /Ср/	8	28		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Тема 2.5 Анализ финансово-экономического состояния /Ср/	8	28		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Тема 2.6 Выполнение индивидуального задания /Ср/	8	28		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Раздел 3. Заключительный						
Тема 3.1 Подготовка и защита отчета /Ср/	8	27		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
Тема 3.2 Подготовка и защита отчета /Пр/	8	2		Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе прохождения преддипломной практики используются следующие образовательные технологии: практические занятия (ПР), консультации, самостоятельная работа обучающихся (СР) по выполнению различных видов заданий. В процессе прохождения практики используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практик

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

Л1.7	Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) [Электронный ресурс]: учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2017. - 192 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/178.pdf
Л1.6	Маркетинговые исследования : планирование и организация [Электронный ресурс]: учебное пособие . - Ульяновск : УлГТУ, 2015. - 318 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/67.pdf
Л1.5	Сабурова, М. М. Организация работы отдела маркетинга : теория и практика [Электронный ресурс]: учебник. - Ульяновск : УлГТУ, 2017. - 236 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/221.pdf
Л1.4	Николайчук, В.Е. Маркетинг, реклама, пиар: учеб. пособ. на основе афоризмов, шуток, мыслей. - Донецк : Норд-Пресс, 2010. - 691 с.
Л1.3	Котлер, Филип Основы маркетинга =Marketing essenteals :. - М. : Оригинал, 2006. - 699 с.
Л1.1	Маркетинг : учебно-методическое пособие. - Донецк : ДонАУиГС, 2017. - 323 с.
Л1.2	Котлер, Филип Основы маркетинга. Краткий курс : Краткий курс. - М. : Издательский дом "Вильямс", 2003. - 656 с.

Дополнительная литература

Л2.5	Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]: учебное пособие для практических занятий . - М. : КНОРУС, 2011. - 374 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2012/Zaharova.pdf
Л2.3	Багиев, Г. Л. Маркетинг : учебник . - СПб. : Питер, 2005. - 736 с.
Л2.2	Котлер, Филип Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер :. - СПб : Издательский Дом "Нева", 2003. - 224 с.
Л2.4	Николайчук, В.Е. Основы конкурентного маркетинга: учебное пособие. - Донецк : "Ноулидж" донецкое отделение, 2010. - 514 с.
Л2.1	Концепции современного маркетинга: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения . - ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020. - 176 с.

4.2. Перечень ресурсов сети Интернет

Э1	Стратегии маркетинга в сети "Интернет". Режим доступа: http://www.wilsonweb.com/awards
Э2	Маркетинговые фирмы и периодические издания по маркетингу. Режим доступа: http://www.emar.com/internet/hot
Э3	Информация о стратегиях маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм. Режим доступа: http://www.nsns.com:80/MouseTracs

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;
- электронные презентации;
- электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;
- дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle;
- Яндекс.Телемост используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы Академии.

Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда Moodle

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС") и электронно-библиотечную систему (ЭБС "Лань"), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

4.5. Материально-техническая база для проведения практики

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий практического типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 208 учебный корпус № 2.

– комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно- библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

1.3. Базы практики:

ООО «ОЛМАКС» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №210/с от 07.05.2021 г.)

ООО «ЕМК» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №432/с от 19.10.2021 г.)

ООО «Гурман» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №310/с от 25.06.2021 г.)

ООО «АРТ ХАУС» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №49/с от 09.01.2019 г.)

ЧП «Алтай» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 262/с от 24.10.2019 г.)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1 Контрольные вопросы и задания:

1. Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия.
2. Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности.
3. Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью?
4. Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии?
5. Какие маркетинговые мероприятия осуществляются на исследуемом предприятии?
6. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия?
7. Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии?
8. Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования?
9. Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали?
10. Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?

5.2. Темы письменных работ:

1. Организация маркетингового управления на предприятии.
2. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга.
3. Разработка маркетингового бизнес-плана производства и сбыта нового товара.
4. Анализ маркетинговых мероприятий по продвижению товаров предприятия.
5. Маркетинговые аспекты рекламной деятельности предприятия.
6. Анализ сбытовой деятельности предприятия.
7. Маркетинг вторичных ресурсов.
8. Анализ организации маркетинговых мероприятий на предприятии.
9. Создание имиджа предприятия как мероприятий по усовершенствованию сбытовой деятельности.
10. Инновационный маркетинг в условиях современного предприятия.

5.3. Фонд оценочных средств:

Фонд оценочных средств "Преддипломная практика" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств "Преддипломная практика" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе практики.

5.4. Перечень видов оценочных средств:

Текущий контроль в виде собеседования, отчета и дневника по практике.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЮ ПРАКТИКИ

Методические рекомендации содержат материалы по организации и прохождению преддипломной практики, требования к оформлению отчетной документации и критерии оценивания при подведении итогов практической подготовки обучающихся. Преддипломная практика проводится с целью формирования и развития профессиональных знаний в сфере выбранного направления подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам, установления их связи с практической деятельностью, овладения необходимыми профессиональными компетенциями по выбранному направлению специализированной подготовки, а также с целью сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки научных предложений и научных идей, подготовки выпускной квалификационной работы. В полном объеме методические рекомендации по организации и прохождению практики содержатся в учебно-методическом комплексе практики.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ»**

**Факультет Производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра маркетинга и логистики**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по «Производственной (преддипломной) практике»

Направление подготовки	38.03.02. Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная

Донецк

2023

Фонд оценочных средств по «Производственной (преддипломной) практике» для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной формы обучения

Автор(ы),
разработчик(и):

ст. преподаватель Н.В. Близкая

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании
кафедры

маркетинга и логистики

Протокол заседания кафедры от

24.04.2023 г. № 9.1

Заведующий кафедрой

— 

Т.А. Попова

РАЗДЕЛ 1.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Основные сведения о преддипломной практике

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся в процессе прохождения преддипломной практики. Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме контактной работы с руководителем практики от кафедры (консультации) и промежуточной аттестации в форме зачета

Таблица 1

Основные сведения о преддипломной практике

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Маркетинг»
Формы контроля	Собеседование, отчет по практике, дневник
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	6
Семестр	8
Общая трудоемкость (академ. часов)	216
Самостоятельная работа	212
Недельное количество часов	8
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

1.2 . Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (требования к результатам обучения по практике)

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-2.8.	В результате прохождения производственной	Знать:	ПК-2.8.3-1
		поверхностно демонстрирует знания порядка взаимодействия с участниками	

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента		
	(преддипломной) практики демонстрирует навыки взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей	работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей на стоимость товаров, работ, услуг	ПК-2.8. 3-2		
		демонстрирует знания порядка взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей			
		уверенно демонстрирует знания порядка взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей		ПК-2.8. 3-3	
		Уметь:			
		недостаточно эффективно умеет взаимодействовать с участниками работ; планировать и контролировать реализацию стратегии; выявление и устранение причин расхождения показателей	ПК-2.8. У-1		
		умеет взаимодействовать с участниками работ; планировать и контролировать реализацию стратегии; выявление и устранение причин расхождения показателей	ПК-2.8. У-2		
		эффективно умеет взаимодействовать с участниками работ; планировать и контролировать реализацию стратегии; выявление и устранение причин расхождения показателей	ПК-2.8. У-3		
		Владеть:			
		слабо владеет навыками взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей	ПК-2.8. В-1		
		владеет навыками взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей	ПК-2.8. В-2		
уверенно владеет навыками взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей	ПК-2.8. В-3				
		Знать			

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента	
ПК-5.8.	В результате прохождения производственной (преддипломной) практики демонстрирует навыки составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	поверхностно демонстрирует знания методики оставления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	ПК-5.8. З-1	
		демонстрирует знания методики оставления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	ПК-5.8. З-2	
		уверенно демонстрирует знания методики оставления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	ПК-5.8. З-1	
		Уметь		
		недостаточно эффективно умеет оставлять планы и прогнозы; проводить контрольные мероприятия; выявлять и устранять причины расхождения показателей; подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения	ПК-5.8. У-1	
		умеет оставлять планы и прогнозы; проводить контрольные мероприятия; выявлять и устранять причины расхождения показателей; подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения	ПК-5.8. У-2	
		эффективно умеет оставлять планы и прогнозы; проводить контрольные мероприятия; выявлять и устранять причины расхождения показателей; подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения	ПК-5.8. У-3	
Владеть				

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		слабо владеет навыками составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	ПК-5.8. В-1
		владеет навыками составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	ПК-5.8. В-2
		уверенно владеет навыками составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей; подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения	ПК-5.8. В-3
ПК-7.6.	В результате прохождения производственной (преддипломной) практики способен осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	Знать	
		поверхностно демонстрирует знания методов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. З-1
		демонстрирует знания методов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. З-2
		уверенно демонстрирует знания методов анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. З-3
		Уметь	
		недостаточно эффективно умеет осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. У-1
		умеет осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. У-2
эффективно умеет осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов	ПК-7.6. У-3		

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	
		Владеть	
		слабо владеет навыками осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. В-1
		владеет навыками осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. В-2
		уверенно владеет навыками осуществлять анализ структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства.	ПК-7.6. В-3
ПК-9.8.	В результате прохождения производственной (преддипломной) практики демонстрирует навыки использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	Знать	
		поверхностно демонстрирует знания маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге.	ПК-9.8. З-1
		демонстрирует знания маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. З-2
		уверенно демонстрирует знания маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. З-3
		Уметь	
		недостаточно эффективно умеет использовать маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге	ПК-9.8. У-1

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	*Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
		услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	
		умеет использовать маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. У-2
		эффективно умеет использовать маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. У-3
		Владеть	
		слабо владеет навыками использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. В-1
		владеет навыками использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. В-2
		уверенно владеет навыками использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет маркетинге	ПК-9.8. В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Код индикатора компетенции	Этап формирования компетенции	Контролируемые виды работы по практике	Наименование оценочного средства*
1.	ПК-2.8., ПК-5.8., ПК-7.6., ПК-9.8.	Ознакомительный этап	Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности. Изучение организационной характеристики предприятия	Собеседование
2.	ПК-2.8., ПК-5.8., ПК-7.6., ПК-9.8.	Аналитический этап	<p>Тема 2.1. Работа в должности, соответствующей направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») или дублирование должностных обязанностей маркетолога организации</p> <p>Тема 2.2 Анализ состояния рынка и основных факторов, маркетинговой среды предприятия</p> <p>Тема 2.3 Анализ организации и эффективности управления маркетинговой службой предприятия</p> <p>Тема 2.4 Анализ финансово-экономического состояния предприятия</p> <p>Тема 2.5 Выполнение индивидуального задания</p> <p>Тема 2.6 Обобщение аналитических материалов, составление рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности</p>	Собеседование
3.	ПК-2.8., ПК-5.8., ПК-7.6., ПК-9.8.	Заключительный этап	Тема. 3.1 Подготовка и защита отчета по преддипломной практике.	Отчет по практике

РАЗДЕЛ 2.

ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЕВ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Преддипломная практика обобщенно оценивается по следующим критериям:

- 1) Владение компетенциями. Оценивается сформированность компетенций практики и соответствующие им знания, умения и навыки;
- 2) Выполнение и защита отчета по практике.

Таблица 4

Обобщенные критерии оценивания

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания			Обобщенные критерии	
	Государственная	Баллы			ECTS
1	2	3	4	5	6
Обучающийся демонстрирует высокий уровень владения знаниями, умениями и навыками соответствующих компетенций, что позволяет ему решать широкий круг нетиповых задач практики;	Отлично	Зачтено	90-100	A	Содержание отчета соответствует программе прохождения практики, отчет собран в полном объеме; выполнена структурированность отчета (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); грамотное оформление отчета; содержание программы практики раскрыто в полном объеме; не нарушены сроки сдачи отчета; при защите отчета ответы на вопросы четкие, обоснованные и полные, полностью и доходчиво изложены этапы прохождения практики, четко сформулированы результаты
Обучающийся способен самостоятельно воспроизводить и применять соответствующие знания, умения и навыки для решения типовых задач практики, может выполнять поиск и использование новой информации для выполнения новых профессиональных действий на основе полностью освоенных знаний, умений и навыков соответствующих компетенций;	Хорошо	Зачтено	75-89	B-C	Содержание отчета соответствует программе прохождения практики, отчет собран в полном объеме; в отчете не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); грамотное оформление отчета; содержание программы практики раскрыто в полном объеме; не нарушены сроки сдачи отчета; при защите отчета ответы на вопросы преимущественно правильные, но недостаточно четкие, сформулированные задачи изложены с некоторыми погрешностями
Знания, умения, навыки сформированы на базовом уровне, обучающиеся частично, с помощью извне (например, с использованием наводящих вопросов, ассоциативного ряда понятий	Удовлетворительно	Зачтено	D-E	60-74	Содержание отчета соответствует программе прохождения практики, отчет собран в полном объеме; в отчете недостаточно прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное

Обобщенные критерии компетенций	Шкалы оценивания				Обобщенные критерии
	Государственная	Баллы		ECTS	
1	2	3	4	5	6
и т.д.) могут воспроизводить и применять соответствующие значения, умения, навыки					оглавление отчета); в оформлении отчета прослеживается небрежность; содержание программы практики раскрыто не в полном объеме; при защите отчета ответы на вопросы не полные, на некоторые ответ не получен
Обучающийся не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять соответствующие знания, умения, навыки или знания, умения и навыки у обучающихся не выявлены.	Неудовлетворительно	Незачтено	F-FX	0-59	При невыполнении указанных выше критериев по итогам практики обучающийся получает оценку «Неудовлетворительно»

Таблица 5

**Примерная система оценивания прохождения практики обучающимися
ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»**

№ п/п	Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
		«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
1.	Выполнение рабочих программы практики и качество выполнения заданий	22-20	20-17	17-16
2.	Соблюдение сроков сдачи отчетной документации	14-13	13-11	11-8
3.	Сбор и обобщение обучающимися данных для оформления отчетной документации по практике	20-19	19-16	16-13
4.	Соблюдение требований к содержанию отчетной документации по практике	14-12	12-10	10-7
5.	Соблюдение требований к оформлению	14-12	12-10	10-7
6.	Оценка руководителя практики от кафедры	5	4	3
7.	Защита отчета по практике на кафедре	5	4	3

№ п/п	Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
		«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
8.	Ответы на вопросы при защите отчета по практике	6-4	5-4	4-3
<i>Всего баллов</i>		<i>100-90 (A)</i>	<i>89-75 (B, C)</i>	<i>74-60 (D, E)</i>

При подведении итогов по практике выносится дифференцированная оценка по балльной шкале.

2.2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

По результатам прохождения практики обучающиеся предоставляют отчетную документацию на кафедру не позднее трех календарных дней после окончания практики. Защита проводится не позднее семи календарных дней после сдачи отчета.

Объем отчетной документации по практической подготовке соответствует направлению подготовки (профиль) отчет имеет следующую структуру:

1. Титульный лист.
2. СОДЕРЖАНИЕ. Содержание должно включать наименование и номера начальных страниц всех глав и параграфов отчета. В содержание необходимо включить все заголовки, имеющиеся в отчетной документации, начиная с введения и заканчивая приложениями.
3. ВВЕДЕНИЕ. Во введении приводится обоснование актуальности поставленных задач, объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи, обозначаются используемые методы исследования
4. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (количество глав и их содержание определяется методическими рекомендациями конкретного вида практики. Изложение

материала должно быть в нескольких разделах. При написании разделов следует обратить внимание на обеспечение логической связи между ними, последовательность перехода из одной части к другой, на соотношение теоретического и фактического материалов. Раскрытие изучаемого вопроса осуществляется через анализ собранных материалов по исследуемому объекту).

5. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Заключение должно содержать основные выводы и выявленные проблемы о проделанной работе, при этом выводы должны быть краткими, органически вытекать из содержания всей работы)

7. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

8. ПРИЛОЖЕНИЯ. Это могут быть образцы документов, которые обучающийся в ходе практики самостоятельно составлял или в оформлении которых принимал участие, а также документы, в которых содержатся сведения о результатах работы обучающегося в период прохождения практики.

Примерные темы индивидуальных заданий по преддипломной практике в соответствии с утвержденной тематикой дипломных работ:

1. Организация маркетингового управления на предприятии.
2. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга.
3. Разработка маркетингового бизнес-плана производства и сбыта нового товара.
4. Анализ маркетинговых мероприятий по продвижению товаров предприятия.
5. Маркетинговые аспекты рекламной деятельности предприятия.
6. Анализ сбытовой деятельности предприятия.
7. Маркетинг вторичных ресурсов.
8. Анализ организации маркетинговых мероприятий на предприятии.
9. Создание имиджа предприятия как мероприятий по усовершенствованию сбытовой деятельности.

10. Инновационный маркетинг в условиях современного предприятия.

Полный перечень тем индивидуальных заданий по преддипломной практике представлен в Методических рекомендациях по организации и прохождению преддипломной практики. В таблице приведены типовые вопросы и задания при защите отчёта по преддипломной практике.

Таблица 6

Типовые контрольные задания и вопросы для оценки знаний

Этапы практики	Контрольное задание
Подготовительный этап	<ol style="list-style-type: none">1. Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия.2. Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности.3. Какие локальные нормативные акты Вами изучены?4. К какому типу относится организационная структура предприятия
Аналитический этап	<ol style="list-style-type: none">1. Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью?2. Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии?3. Какие маркетинговые мероприятия применяются на исследуемом предприятии?4. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия?5. Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии?6. Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования?7. Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали?9. Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?
Заключительный этап	<ol style="list-style-type: none">1. Почему выбрана данная тема индивидуального задания?2. Охарактеризуйте объект исследования.3. Охарактеризуйте предмет исследования.4. Какие методы исследования были использованы при написании отчета по производственной практике?5. Какой виды исследования вами был осуществлены при написании отчета по практике?