

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Факультет производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра маркетинга и логистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
Л.Н. Костина
«25» _____ 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Образовательная программа бакалавриат

Профиль «Маркетинг»

Курс 4 Форма обучения очная

Курс 4,5 Форма обучения заочная

Донецк
2020 г.

Рабочая программа преддипломной практики составлена в соответствии с требованиями основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Маркетинг» для обучающихся 4 курса очной и 4,5 курса заочной форм обучения

Автор, разработчик:



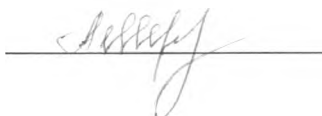
В.Ю. Лунина

Программа рассмотрена
на заседании ПМК
кафедры

ПМК №1 «Маркетинг»

Протокол заседания ПМК от 26.12.19 № 5

Председатель ПМК



А.В. Меркулова

Программа рассмотрена
на заседании кафедры

Маркетинга и логистики

Протокол заседания кафедры от 26.12.19 № 5

Заведующий кафедрой:



Л.П. Барышникова

1. Общие положения

Преддипломная практика проводится после освоения обучающимися программы теоретического и практического обучения и является обязательной. Преддипломная практика проводится на 4 курсе очной формы обучения и 4,5 курсе заочной формы обучения бакалавриата с целью сбора информационных материалов для выполнения дипломной работы, приобретения выпускниками профессионального опыта, совершенствования общекультурных и профессиональных компетенций, проверки готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

Рабочая программа преддипломной практики составлена в соответствии с требованиями ООП ВПО направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиля «Маркетинг» и Порядком организации и прохождения практики обучающихся, осваивающих образовательные программы в ООП ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», утвержденным решением Ученого совета ГОУ ВПО «ДонАУиГС» протоколом № 4 от 28.11.2019 г.

Рабочая программа практики разработана также в соответствии с:

Законом Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 19.06.2015г. N1-233П-НС;

Порядком организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденным приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017г. №1171;

Типовым положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденному приказом МОН ДНР от 16.12.2015г. № 911;

Учебным планом направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»).

Виды и объемы практик определяются основными образовательными программами направлений подготовки, отображаются в учебных планах и календарных графиках учебного процесса по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»).

1. Цель преддипломной 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.

2. Задачи преддипломной практики

В результате прохождения преддипломной практики обучающиеся должны:

- знать структуры управления предприятием;
- знать основы организации, роли и функций службы маркетинга;
- уметь осуществлять сбор информации о деятельности конкретного предприятия на рынке товаров и услуг;

- уметь осуществлять анализ эффективности маркетинговых мероприятий отдела маркетинга;
- уметь осуществлять 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).

3. Место преддипломной практики в структуре ООП ВПО

Преддипломная практика проводится в 8 семестре, бакалаврской подготовки обучающихся очной формы обучения; на 4,5 курсе бакалаврской подготовки обучающихся заочной формы обучения по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» после прохождения соответствующих теоретических дисциплин. Она базируется на дисциплинах учебного плана подготовки по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Преддипломная практика относится к циклу Б2.П.3. Для освоения практики необходимы знания, полученные при изучении следующих дисциплин:

- Маркетинг;
- Маркетинговые исследования;
- Маркетинговое ценообразование;
- Стратегический маркетинг;
- Управление рынком сбыта;
- Финансы;
- Учет и аудит;
- Логистика.
- Основы охраны труда;
- Безопасность жизнедеятельности.

Согласно учебному плану преддипломная практика проходит в заключительном семестре, поэтому теоретические основы и практические навыки, полученные при освоении данной практики будут применяться при написании дипломной работы.

4. Формы проведения преддипломной практики

Форма проведения преддипломной практики - на основе договоров и технической базе предприятий, организаций и учреждений.

Практика стационарная/выездная, проводится в непрерывной форме, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения преддипломной практики, предусмотренного образовательной программой.

Преддипломная практика представляет собой специфический вид самостоятельной практической деятельности обучающихся по осуществлению исследовательского процесса, включающий практическое освоение обучающимися различных методов проведения исследований в области профессиональной деятельности.

Обучающийся при прохождении преддипломной практики получает от руководителя указания, рекомендации и разъяснения по всем вопросам, связанным с организацией и прохождением практики, отчитывается перед научным руководителем о выполняемой работе в соответствии с графиком проведения практики.

В период прохождения практики обучающиеся подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным в

ГОУ ВПО «ДонАУиГС» применительно к учебному процессу, а также на предприятии – базе практики.

5. Место и время проведения преддипломной практики

Преддипломная практика обучающихся проводится в соответствии с учебным планом и является частью учебной подготовки. Данный вид практики является стационарной/выездной практикой и связан с необходимостью направления обучающихся к местам проведения практик, расположенных вне Академии.

Базами преддипломной практики являются промышленные предприятия, торгово-промышленные и финансовые компании, банки, компании, работающие в области предоставления различного рода услуг, международные компании и организации, имеющие в своем составе службы или подразделения, выполняющие функции маркетинга, а также кафедра маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

В процессе прохождения практики обучающиеся находятся на рабочих местах и выполняют часть обязанностей штатных работников, как внештатные работники, а при наличии вакансии практикант может быть зачислен на штатную должность с выплатой заработной платы. Зачисление обучающегося на штатные должности не освобождает их от выполнения программы практики.

Конкретные места и условия проведения практик указаны в приказах о проведении практики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Сроки и продолжительность данной практики устанавливаются приказом ректора по Академии в соответствии с учебным графиком. Практика проходит в течение 6 недель.

6. Компетенции, формируемые в результате прохождения преддипломной практики

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: - методы экономического анализа деятельности на предприятиях различных сфер деятельности; - основы экономических знаний в различных сферах деятельности; - основы маркетинга применительно к предприятиям различных отраслей экономики; - сущность маркетинговой деятельности, которая осуществляется на уровне предприятия или на макроэкономическом уровне (отраслевом, региональном); Уметь: анализировать и формулировать; - использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности. Владеть: способностью использовать основы экономических знаний в

		различных сферах деятельности.
ОПК-1	Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	Знать: - виды информации, способы и инструменты проведения исследования; - методы проведения исследований. Уметь: - применять инструментарий для проведения исследований; - собирать и анализировать полученную информацию. Владеть: - специальной экономической терминологией и лексикой специальности; - навыками обобщения и структурирования информации; - навыками ориентации в современных маркетинговых информационно-коммуникационных системах, овладевать новейшими технологиями сбора, обработки, хранения, преобразования и распространения информации
ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: - методы стратегического, тактического и оперативного планирования и интеграции бизнес-процессов на предприятии. Уметь: - применять современные методы оценки конкурентоспособности предприятия; – проводить стратегический анализ деятельности предприятия; – принимать решения на основе проведенного анализа. Владеть: - навыками проведения стратегического анализа; - навыками применения методик повышения конкурентоспособности предприятий; - навыками участия в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации, проекта.
ПК-10	Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным	Знать: методики количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей. Уметь анализировать и формулировать:

	задачам управления	- информацию при принятии управленческих решений, построении экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; - задачи научного исследования управления процессами. Владеть: навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.
ПК-17	Владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	Знать: - виды и особенности цепей поставок для предприятий различных форм собственности и отраслевой принадлежности; - участников цепей поставок, преимущества и недостатки их деятельности. Уметь: - осуществлять организационную деятельность по вопросам координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками Владеть: навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
ДПК-1	Способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, характеризующие экономические показатели конкурентоспособности предприятия, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	Знать: - виды рынков, типы спроса, классификацию товаров; - методы оценки спроса на существующих и потенциальных рынках. Уметь: применять теоретические знания в области оценки рыночных возможностей для формулирования бизнес-идей Владеть: навыками нахождения и оценки новых рыночных возможностей и формулировки бизнес-идей

ДПК-13	Способностью находить организационно управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать: сущность и роль процесса принятия управленческого решения, виды управленческих решений Уметь: применять теоретические знания в области организационно управленческих решений на предприятиях различных видов экономической деятельности Владеть: навыками выработки организационно управленческих решений и быть готовым нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
--------	--	--

7. Структура, объем и содержание преддипломной практики

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 9 зачетных единиц 324 часа согласно учебному плану.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	<i>Изучение общей характеристики предприятия</i>	Прохождение инструктажа по правилам техники безопасности на предприятии. Изучение вида предприятия, форму собственности, цели деятельности, истории организации, характеристики материально-технической базы, специализацию и производственные мощности, характеристики организационной структуры предприятия, анализа ее преимуществ и недостатков. Анализ роли и функции структурных подразделений, связи между ними, методы управления предприятием и возможность создания службы логистики с определением ее места в общей структуре предприятия (__ ч.).	
2	<i>Анализ финансово-экономической деятельности предприятия</i>	Вертикальный и горизонтальный анализ баланса предприятия за 2-3 года а также сбор и анализ основных финансовых показателей деятельности предприятия в динамике (за 2 или 3 года). Оценка состояния объекта исследования, характеристика логистической деятельности, анализ и обоснование логистических стратегий. Определение положительных и негативных аспектов деятельности (__ ч.).	
3	<i>Анализ внешней среды предприятия</i>	Проведение мониторинга ситуации во внешней среде с применением современного инструментария. Анализ отношений предприятия с поставщиками, конкурентами, посредниками, клиентами, контактными	

		аудиториями (__ ч)	
4	<i>Анализ организации и управления логистической деятельностью</i>	Анализ основных аспектов организации и управления логистической деятельностью на предприятии. Исследование современных тенденции развития логистики на предприятии, или степень ее внедрения (__ ч)	
5	<i>Выполнение индивидуального задания</i>	Исследование выбранной темы из предоставленного перечня индивидуальных заданий (__ ч)	
6	<i>Охрана труда и безопасность в чрезвычайных ситуациях</i>	Исследование вопросов организации безопасности на предприятии. Рассматриваются вопросы, касающиеся охраны труда и безопасности, которые излагаются в отдельной главе, именуемой «Охрана труда и безопасность в чрезвычайных ситуациях», которая имеет два параграфа. В первом параграфе излагается информация по гражданской обороне, действующей в Донецкой Народной Республике. Во втором параграфе анализируются вопросы гражданской обороны на конкретном предприятии (объекте практики).	
7	<i>Подготовка и защита отчета</i>	Оформление собранного информационного материала в соответствии с требованиями к написанию отчета по практике, заполнение дневника практики. Защита отчета руководителю практики от кафедры (__ ч).	Защита отчета Собеседование

8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся в процессе прохождения преддипломной практики

Учебно-методическое руководство практикой осуществляется преподавателями кафедры маркетинга и логистики.

Преподаватель – руководитель практики от кафедры выполняет следующие работы:

- осуществляет инструктаж о порядке прохождения практики;
- проводит консультирование по вопросам программы практики;
- составляет график прохождения практики;
- осуществляет контроль выполнения обучающимися программы практики.

По окончании практики, преподаватель – руководитель практики от кафедры, рассматривает отчеты по практике и дает рекомендации по их защите на кафедре.

Ответственность за организацию практики на предприятии возлагается на руководителя предприятия, который назначает ответственного за практику обучающихся из числа наиболее опытных специалистов предприятия.

Руководитель практики от предприятия проводит инструктаж по охране труда и технике безопасности; предоставляет помощь в получении необходимой документации, проводит консультации и осуществляет руководство работой обучающихся с целью своевременного и полного выполнения программы практики, проверяет и подписывает обучающимся дневники и отчеты о практике, предоставляет отзыв-характеристику.

Обучающийся обязан пройти необходимый инструктаж, выполнять правила техники безопасности, охраны труда, соблюдать правила внутреннего распорядка предприятия и выполнять задачи, которые предусмотрены программой практики.

В процессе прохождения практики обучающиеся ведут дневник и оформляют отчет о практике, в котором отражают результаты исследований в соответствии с заданиями программы практики. Результаты практики должны быть в обязательном порядке подтверждены копиями документов и практическими материалами работы предприятия. По окончании практики отчет подается руководителю от кафедры и защищается в установленный срок.

Отчет выполняется по завершению срока прохождения практики и должен содержать основные сведения о конкретной работе в период практики, а также характеристику предприятия (организации) и анализ его деятельности, выводы и рекомендации по экономическим, финансовым, правовым и иным вопросам, в зависимости от направления подготовки обучающегося.

Техническое оформление отчета по практике должно соответствовать принятым стандартам оформления научных исследований. Материалы отчета должны излагаться четко, ясно, последовательно с соблюдением логичности перехода от одной части к другой. Требования к оформлению отчета содержатся в методических рекомендациях по организации и прохождению всех видов практик для обучающихся образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг», очной/заочной форм обучения.

В методических рекомендациях содержится примерный перечень индивидуальных заданий, указывается количество времени, отведенное на обработку отдельных заданий, которые определены тематическим планом, а объем одного задания уточняется руководителем практики от предприятия с обучающимся согласно имеющегося на базе практики информационного обеспечения.

В процессе прохождения практики обучающиеся изучают взаимосвязь структуры и направления деятельности предприятия на двух уровнях: всего предприятия и отдельного подразделения, которое реализует функции маркетинговой деятельности.

Обучающиеся во время прохождения практики должны лично собирать, классифицировать, систематизировать и анализировать информацию по отдельным направлениям и видам маркетинговой деятельности предприятия.

Среди основных документов, на которых базируется анализ, должны быть представлены:

1. Устав предприятия.
2. Положение о функциональных подразделениях.
3. Должностные инструкции специалистов.
4. Штатное расписание.
5. Формы бухгалтерской и статистической отчетности:
 Форма №1. Баланс предприятия.
 Форма №2. Отчет о финансовых результатах.
 Форма №3. Отчет о движении денежных средств.
 Форма №4. Отчет о собственном капитале.
 Форма №5. Примечания к годовой финансовой отчетности.

6. Договора с поставщиками и покупателями.
 7. Организационно-распорядительные документы: приказы, распоряжения, инструкции и т.п.

8. Материалы исследования предприятия, касающиеся решения маркетинговых вопросов.

Материалы должны базироваться на тщательном изучении законодательной базы, инструкций и других нормативных материалов, на всестороннем анализе данных статистического и фактического материала.

Отчет в обязательном порядке должен включать выполненное индивидуальное задание.

Перечень тем индивидуальных заданий

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.
11. Анализ сбытовой деятельности предприятия в условиях современного таможенного законодательства.
12. Методы PR фирмы в условиях рыночной экономики.
13. Особенности каналов сбыта продукции предприятия и мероприятия по их усовершенствованию.
14. Сервис предприятия как фактор повышения спроса.
15. Методы ценообразования на предприятии.
16. Мероприятия по охране труда на предприятии.
17. Анализ международной маркетинговой деятельности предприятия.
18. Исследование особенностей маркетинга территории на примере...
19. Методы усовершенствования товарной политики на предприятии.
20. Конкурентоспособность предприятия в условиях рыночного хозяйствования.

9. Формы промежуточной аттестации преддипломной практики

Формой промежуточной аттестации по итогам практики является дифференцированный зачет.

После окончания срока практики обучающиеся отчитываются о выполнении программы преддипломной практики и индивидуального задания. Формой промежуточной аттестации по итогам преддипломной практики является составление и защита отчета. Формой отчетности обучающихся ГОУ ВПО «ДонАУиГС» о прохождении практики являются отчет и дневник.

Отчетную документацию о прохождении практики обучающиеся предоставляют руководителю практики из числа научно-педагогических работников кафедры в течение недели после завершения практики.

Защита предоставленных отчетов происходит в присутствии комиссии, в состав которой входят руководители практики от кафедры, заведующий выпускающей кафедрой, преподаватели кафедры. Также на защиту отчетов по практике могут быть приглашены декан факультета или его заместитель, руководитель практики ГОУ ВПО «ДонАУиГС», представители баз практики.

Результаты прохождения преддипломной практики определяются путем проведения промежуточной аттестации с выставлением оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» «неудовлетворительно», которые заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Оценка «неудовлетворительно» проставляется в ведомость, в зачетную книжку не вносится.

Руководитель практики от кафедры заполняет соответствующую страницу дневника практики, оценивает составление обучающимся отчета по практике и выполнение индивидуального задания по практике, полноту, грамотность, правильность оформления иной отчетной документации по выполнению программы практики.

Результаты проведения промежуточной аттестации отражаются на титульном листе отчета о прохождении практики обучающегося, где также указывается дата и подпись руководителей практики от ГОУ ВПО «ДонАУиГС» и предприятия (организации, учреждения) – базы практики.

Обучающиеся, не явившиеся для прохождения практики по уважительной причине, направляются на практику повторно во внеучебное время.

Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Обучающиеся, получившие оценку «неудовлетворительно» при проведении промежуточной аттестации по итогам практики считаются имеющими академическую задолженность. Порядок ликвидации академической задолженности производится в соответствии с локальными нормативными актами ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

Защищённые отчёты по практике хранятся на выпускающей кафедре в соответствии с номенклатурой дел.

Оценивание результатов практики осуществляется по бальной шкале, государственной шкале и шкале ECTS. Для оценивания отчета по практике используются критерии, приведенные в табл. 9.1.:

Таблица 9.1.

Система оценивания академических достижений обучающегося по практике

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

При подведении итогов по практике выносится дифференцированная оценка по бальной шкале (см.таблицу 9.2).

Таблица 9.2

Соответствие государственной шкалы оценивания и шкалы ECTS

По шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
A	90-100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная

			работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным прохождением практики (выставляется комиссией)

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

Основная литература

1. Ілляшенко, С.М. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації / С.М. Ілляшенко, Г.О. Пересадько. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2009. – 328 с.
2. Крикавський, Є.В. Маркетингова товарна політика: Підручник / Є.В. Крикавський, І.Н. Дейнега, О.І. Дейнега, Р. Патора. – 3-тє вид., доп. і перероб. – Львів: вид-во НУ «Львівська політехніка», 2012. – 360 с.
3. Лунина, В.Ю. Возможности ритейл-аудита малых предприятий в условиях неопределенности рыночной среды / В.Ю. Лунина, Л.П. Барышникова // ГОУ ВПО «ДонАУиГС»: сборник научных работ серии «Экономика». Вып.9: Экономика технологии: императивы роста / ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2018. – С.105-117.
4. Мерчандайзинг: учеб. пособие для студентов 3, 4 курсов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Маркетинг», «Логистика») очной/заочной форм обучения / В.Ю. Лунина, Т.А. Попова, Р.П. Лизогуб. – Донецк : ДонАУиГС, 2018. – 219 с.

Дополнительная литература

1. Черчилль Р. А. Маркетинговые исследования. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 752 с.
2. Менеджмент организаций: учебник. В 2-х ч. Ч. 2 / под общ. ред. профессора В.В. Дорофиевко. – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – 737 с.
3. Поведение потребителей: учебно-методическое пособие для студентов 2 курса ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Маркетинг», «Логистика») очной/заочной форм обучения / сост. Р.П. Лизогуб, Т.А. Попова, В.Ю. Лунина.- Донецк: ДонАУиГС, 2018.- 179 с.
4. Смеричевская С.В. Стратегический маркетинг: уч.пособие/ С.В.Смеричевская, С.Ф.Смеричевский.- Донецк, «ВІК», 2009. – 184с.
5. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник/ Р.А.Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2004. – 600с.
6. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е.П.Голубков. – М.: Финпресс, 2006. – 324с.
7. Голубков Е.П. Маркетинг: Словарь-справочник / Е.П.Голубков. – М.: Дело. – 178с.
8. Диксон П.Р. Управление маркетингом. Пер. с англ /П.Р.Диксон. — М.: БИНОМ, 2005. – 453с.
9. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль.пер.с англ Ф.Котлер. — СПб: ПИТЕР, 2004.- 567с.

10. Маркетинг: Учебник под ред. А.Н.Романова. — М., Изд. объединение ЮНИТИ, 2005.
11. Дихтль Е. Практический маркетинг: Учебное пособие / Е.Дихтль, Х.Хершген. - Высшая школа, 2002. — 178с.
12. Ковалев А.И. Маркетинговый анализ / А.И.Ковалев, В.В.Войленко. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. — 544с.
13. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер; пер. с англ. — М., Прогресс, 2004. — 987с.
14. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сондерс, В.Вонг. пер.с англ.—2-европейское изд. — К.; М.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 2004. — 564с.
15. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф.Котлер, пер.с англ. — СПб: ПИТЕР, 2006. — 459с.
16. Маркетинг: Учебник/ Под ред. А.Н.Романова. — М., Изд. объединение ЮНИТИ, 2005.
17. Маркетинг: Учебник/ Под ред. Н.Д.Эриашвили. — М.: «ЮНИТИ», 2003.
18. Маркетинг // Информационно-статистический журнал. — 2009—2010.
19. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы / Е.П.Пешкова. — М.: «ОСЪ», 2008. — 534с.
20. Шишкова В.С., Лізогуб Р.П. Вопросы разработки аналитических систем сбора и обработки информации о состоянии окружающей среды / Сборник научных трудов «Актуальные вопросы современной науки», Выпуск 25. — Новосибирск: ООО агентство «СИБПРИНТ», 2013. — С. 239-247.
21. Шишкова В.С.Экономическая оценка эффективности инвестиций в инновационную деятельность. Прометей №1, 2013Маркетинг: Учебник/ Под ред. А.Н.Романова. — М., Изд. объединение ЮНИТИ, 2005.
22. Шишкова В.С. Застосування маркетингового інструментарію в інвестиційній діяльності промислового підприємства / Збірник наукових праць «Торгівля і ринок України»- Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2009. С.422-428

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<http://www.wilsonweb.com/awards> - информация о стратегиях маркетинга в Internet;
<http://www.emar.com/internet/hot> - список маркетинговых фирм и периодических изданий по маркетингу;
<http://www.nsns.com:80/MouseTracs> - информация о стратегиях маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм.