

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 28.05.2026 14:58:48
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 5
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.02(П) Технологическая (проектно-технологическая) практика
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПП:

Близкая Наталья Владимировна, старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа практики Б2.О.02(П) Технологическая (проектно-технологическая) практика одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого института управления – филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «5» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

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

1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

- изучение комплекса вопросов деятельности конкретного предприятия на рынке товаров и услуг;
- изучение структуры управления предприятием;
- изучение организации, роли и функций службы маркетинга;
- изучение маркетинговых мероприятий отдела маркетинга;
- изучение и анализ материалов по финансово-экономической деятельности предприятия;
- формирование умения анализировать ситуацию и разрабатывать мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия;
- выполнение индивидуального задания.

1.3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть	Б2.О.02(П)
-------------	------------

1.3.1. «Технологическая (проектно-технологическая) практика» опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинговая товарная политика

Теория организации

Управление проектами

Мерчандайзинг

Поведение потребителей

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

Международный маркетинг

Мерчандайзинг

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-10.1 Приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности на микроуровне

Знать:

Уровень 1	Основные экономические категории и показатели (доход, затраты, прибыль, рентабельность, себестоимость продукции); понятия спроса и предложения, эластичности рынка; алгоритмы расчета ключевых финансовых коэффициентов.
Уровень 2	Методы и приемы оценки инвестиционных проектов и рисков; механизмы формирования затрат и доходов предприятий разных отраслей экономики; способы составления бюджета и финансовой отчетности организации.
Уровень 3	Модели финансового анализа и диагностики состояния предприятия; теории и подходы к оценке стоимости капитала и эффективности инвестиций; тенденции и перспективы изменения рыночной среды в выбранной отрасли.

Уметь:

Уровень 1	Рассчитывать элементарные финансовые показатели и составлять простейшие бюджеты; оценивать текущую финансовую ситуацию фирмы на основе доступной бухгалтерской документации; давать начальное экономическое обоснование небольших хозяйственных операций.
Уровень 2	Производить расчет окупаемости капитальных вложений и оценку доходности проекта; анализировать финансовое положение организации и формулировать рекомендации по повышению её устойчивости; составлять развернутые экономические обоснования средних по значимости управленческих решений.
Уровень 3	Конструировать детальные инвестиционные проекты с полным экономическим обоснованием; провести глубокий финансовый анализ состояния предприятия и разработать программу мер по снижению издержек и увеличению прибыли; осуществлять сравнительный анализ альтернативных решений и обосновать оптимальный вариант действий с точки зрения максимизации выгоды и минимизации рисков.

Владеть:

Уровень 1	Средствами расчетов простых экономических показателей (рентабельность, ликвидность, точка безубыточности); начальными навыками чтения и интерпретации бухгалтерских отчетов; пониманием основ бюджетирования и планирования расходов.
Уровень 2	Уверенным владением стандартными средствами экономического анализа деятельности компаний (SWOT-анализ, PESTLE-анализ); способностью создавать экономически обоснованные сценарии развития производства или услуг; наличием опыта подготовки рекомендаций руководству по улучшению качества управления предприятием.
Уровень 3	Высокоразвитыми навыками применения продвинутых методик инвестиционного анализа и риск-менеджмента; большим опытом практической работы с финансовыми моделями и системами бюджетирования крупных организаций; умениями вести переговоры и представлять экономически мотивированное решение руководству высшего звена и инвесторам.

ОПК-1.1 Решает профессиональные задачи, применяя управленческие и организаторские знания

Знать:

Уровень 1	Основные функции менеджмента (планирование, организация, руководство, контроль); понятие структуры организации и основные типы структур управления; роль руководителя в достижении целей организации.
Уровень 2	Ключевые методы и инструменты управления персоналом и процессами; стратегические и операционные методы принятия управленческих решений; организационно-правовые формы юридических лиц и особенности их функционирования.
Уровень 3	Современные подходы к формированию и развитию организационной культуры; управление изменениями и инновациями в организации; прогрессивные техники мотивации персонала и формирования команды.

Уметь:

Уровень 1	Ставить цели и планировать деятельность подразделения; координировать выполнение поручений подчинёнными сотрудниками; подготавливать и проводить совещания и рабочие встречи.
Уровень 2	Руководить командой сотрудников в рамках текущего проекта или задачи; проводить анализ проблемных ситуаций и принимать взвешенные управленческие решения; формируя рабочую команду, учитывать индивидуальные характеристики работников.
Уровень 3	Эффективно организовывать управление подразделением в динамично развивающейся среде; повышать производительность труда путём грамотного распределения ресурсов и делегирования полномочий; грамотно разрешать конфликты внутри коллектива и улучшать психологический климат.

Владеть:

Уровень 1	Первичными навыками постановки задач сотрудникам и контроля их исполнения; начальным уровнем коммуникаций с коллегами и партнёрами; основами документооборота и делопроизводства.
Уровень 2	Техниками целеполагания и планирования деятельности подразделений; организациями проектной деятельности и распределением ответственности среди членов команды; навыками лидерства и эмоционального интеллекта.
Уровень 3	Высокой степенью развитости управленческих навыков и способности решать многоаспектные производственные задачи; способностью выстраивать эффективное взаимодействие с руководителями смежных подразделений и внешним окружением организации; высоким уровнем личной организованности и профессиональной зрелости.

ОПК-4.2 Демонстрирует навыки оценки рыночных возможностей, способен разрабатывать комплекс маркетинга и применять его инструменты, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций

Знать:

Уровень 1	Основные элементы комплекса маркетинга (продукт, цена, продвижение, распределение); цели и задачи маркетинга, ориентированного на потребителя; отличительные черты основных видов рекламы и продвижения товаров и услуг.
Уровень 2	Методы сегментирования рынков и позиционирования продукта; программы лояльности клиентов и способы удержания потребителей; источники и сбор первичной и вторичной маркетинговой информации.
Уровень 3	Стратегии выхода на новые рынки и расширение ассортимента продукции; применение инструментов CRM-систем и аналитических программ для мониторинга клиентского поведения; принципы построения интегрированной рекламной кампании и кросс-маркетинга.

Уметь:

Уровень 1	Определяет потребности целевой аудитории и формирует предложение продукта или услуги; составляет рекламные объявления и проводит мероприятия стимулирования сбыта; рассчитывает простейшие показатели эффективности рекламных кампаний.
-----------	---

Уровень 2	Анализирует рынок конкурентов и определяет ниши роста продаж; планирует мероприятия по продвижению товара или бренда на рынке; подбирает эффективные инструменты маркетингового воздействия в зависимости от особенностей сегмента.
Уровень 3	Разрабатывает полноценные планы продвижения продуктов или брендов с учётом глобальных маркетинговых трендов; организует проведение исследований потребительского спроса и собирает необходимую информацию о поведении покупателей; внедряет инновационные подходы к коммуникациям с потребителем и созданию ценности бренда.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками базовой сегментации рынка и составления портрета клиента; умением писать продающие тексты и оформлять рекламную продукцию; знаниями основных каналов распространения информации и способов привлечения внимания аудитории.
Уровень 2	Профессиональными навыками оценки потенциала рынка и подбора эффективных инструментов маркетинга; владением принципами разработки бренд-стратегий и управлением ассортиментом продукции; работой с различными каналами коммуникации и цифровыми медиа..
Уровень 3	Глубоким пониманием потребностей рынка и возможностями интеграции всех элементов маркетинг-микса; особыми умениями в применении креативных идей и современных технологий в маркетинге; искусством эффективного взаимодействия с клиентами и партнерами, поддерживающим высокий имидж бренда.
<i>ОПК-5.2 Использует при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства</i>	
Знать:	
Уровень 1	Основные категории и назначения программных средств, необходимых для профессиональной деятельности; основные правила информационной безопасности и конфиденциальности данных; порядок установки и обновления стандартного программного обеспечения.
Уровень 2	Преимущества и недостатки популярных офисных пакетов и облачных сервисов; критерии выбора подходящей программы для конкретных задач (производительность, удобство интерфейса, интеграция с другими сервисами); базовые алгоритмы обработки данных и структурирования информации.
Уровень 3	Современные подходы к внедрению и эксплуатации программных комплексов в профессиональной сфере; новые перспективные информационные технологии и сервисы, используемые в конкретной области деятельности; методы оптимизации работы с большими объемами данных и ускорения производственных процессов.
Уметь:	
Уровень 1	Работать с распространенными программами офисного пакета (текстовые редакторы, электронные таблицы, презентации); устанавливать связь между отдельными файлами и рабочими документами; получать доступ к необходимой информации в локальной сети и Интернете.
Уровень 2	Применять специальные программные продукты для узкопрофессиональных задач (CAD-программы, бухгалтерские программы, аналитические приложения); автоматизировать повторяющиеся процессы и рутинные операции; обеспечивать защиту информации и соблюдать требования информационной безопасности.
Уровень 3	Самостоятельно осваивать и адаптировать новое программное обеспечение для нужд организации; контролировать внедрение и использование высокотехнологичных систем управления информацией; активно использовать достижения цифровой трансформации и облачные сервисы для повышения эффективности работы.
Владеть:	
Уровень 1	Минимальными навыками работы с компьютерной техникой и программным обеспечением общего пользования; правилами оформления официальных документов и служебных писем; первоначальными приёмами обработки числовой и текстовой информации.
Уровень 2	Средними навыками использования специализированных программ и веб-сервисов для выполнения повседневных профессиональных задач; умением создавать интерактивные базы данных и готовить наглядные аналитические отчёты; опытом совместного дистанционного сотрудничества с коллегами и клиентами.
Уровень 3	Совершенным владением всеми видами информационно-коммуникационных технологий, используемыми в профессиональной деятельности; способностью быстро освоить новейшие компьютерные технологии и внедрить их в рабочий процесс; опытом руководства техническими проектами и внедрения информационных систем.
В результате прохождения "Технологической (проектно-технологической) практики" обучающийся должен:	
1	Знать:

	Методы теоретических и эмпирических исследований, сбора и обработки информации о маркетинговой деятельности субъекта предпринимательской деятельности.
2 Уметь:	
	Обобщать информацию по итогам практических исследований деятельности предприятия.
3 Владеть:	
	Методами составления выводов по проведенному исследованию, прогнозированию возможных вариантов развития предприятия, составления рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

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 Донецком филиале РАНХиГС. По типу практики "Технологическая (проектно-технологическая) практика" является видом промежуточной аттестации, по которой выставляется Зачет с оценкой.

1.5.1. Формы отчетности по практике

Процедура аттестации студента по итогам практики.

По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике, отзыв руководителя практики от профильной организации и индивидуальное задание.

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).

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.

Отчет должен состоять из следующих разделов:

- 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).

К отчету прилагается отзыв-характеристика и заполненный бланк индивидуального задания.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ПРАКТИКИ

Общая трудоёмкость "Технологической (проектно-технологической) практики" составляет 3 зачётные единицы, 108 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 /Ср/	6	2	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 1.2 Ознакомление с тематикой отчетов по технологической практике. Выбор темы /Ср/	6	6	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		

Тема 1.3 Методы и методология проведения исследования в соответствии с тематикой индивидуального задания /Ср/	6	6	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 1.3 Методы и методология проведения исследования в соответствии с тематикой индивидуального задания /Пр/	6	2	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Раздел 2. Аналитический						
Тема 2.1 Анализ организационной характеристики предприятия /Ср/	6	12	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 2.2 Исследование структуры управления маркетинговой деятельностью предприятия /Ср/	6	10	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 2.3 Анализ маркетинг-микса предприятия /Ср/	6	13	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 2.4 Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	6	13	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 2.5 Разработка мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	6	14	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 2.6 Оценка эффективности внедрения предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности /Ср/	6	14	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Тема 2.7 Обобщение аналитических материалов /Ср/	6	14	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
Раздел 3. Заключительный						

Тема 3.1 Подготовка и защита отчета по практике /Ср/	6	2	УК-10.1, ОПК-1.1, ОПК-4.2, ОПК-5.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л3.1		
--	---	---	------------------------------------	--	--	--

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе прохождения технологической (проектно-технологической) 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 изучением деятельности предприятия, применением учебного материала на практике, изучением дополнительной литературы по логистике.

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

Л1.1	Никифорова, Е. В. Управленческий учет и анализ : учебник / Е. В. Никифорова, О. В. Шнайдер, Л. М. Куприянова ; под общ. ред. О. В. Шнайдер. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 183 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019467-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2178996 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим доступа: по подписке.
Л1.2	Никифорова, Е. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник / Е.В. Никифорова, И.Г. Ушанов, О.В. Шнайдер ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Е.В. Никифоровой. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 248 с. — (Высшее образование). — DOI10.12737/2056734. - ISBN 978-5-16-018780-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2178980 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим
Л1.3	Савицкая, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / Г.В. Савицкая. — 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2025. — 286 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/2170427. - ISBN 978-5-16-020979-1. - Текст : электронный. - URL:
Л1.4	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 589 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-019085-3. - Текст : электронный. - URL:
Л1.5	Шевченко, Д. А. Концепции маркетинга : учебное пособие / Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 156 с. - ISBN 978-5-4499-3330-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2143835 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

Л2.1	Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник / Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 220 с. - ISBN 978-5-4499-3164-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2141796 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим доступа: по подписке.
Л2.2	Шевченко, Д. А. Стратегический маркетинг : учебник / Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 352 с. - ISBN 978-5-4499-3153-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2141787 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим доступа: по подписке.
Л2.3	Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 372 с. - ISBN 978-5-394-04945-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1926422 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим
Л2.4	Маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.Н. Красюк. - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 272 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004956-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/920502 (дата обращения: 23.11.2025). – Режим доступа: по подписке.
Л2.5	Рекламная деятельность : учебник / под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс].— (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005684-5.

Методическая литература

ЛЗ.1	Технологическая (проектно-технологическая) практика: Методические рекомендации по организации и прохождению технологической (проектно-технологической) практики для обучающихся образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») всех форм обучения : Методические рекомендации. - Донецк : Донецкий филиал РАНХиГС, 2025. - 38 с.
------	---

4.2. Перечень ресурсов сети Интернет

Э1	Стратегии маркетинга. Режим доступа: http://www.wilsonweb.com/awards
Э2	Маркетинговые фирмы и периодические издания по маркетингу. Режим доступа: http://www.emar.com/internet/hot
Э3	Стратегии маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм. Режим доступа: http://www/nsns.corn: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;
- 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

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 Донецкого филиала РАНХиГС) 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 Донецкого филиала РАНХиГС 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 Win-dows 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), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Сfresh.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 «Дакар» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №173/с от 21.05.2025 г.);

ООО «Гурман» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №175/с от 13.05.2025 г.);

ООО «ФТС» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору №140/с от 28.04.2025 г.);

ООО «Алтай» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 185/с от 29.05.2025 г.);

ООО «ДИКСИ ТОРГ» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 141/с от 28.04.2025 г.);

ООО «БЕРВЕР» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 171/с от 12.04.2025 г.);

ИП СКОЗОБЦОВА Л.С. (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 74/с от 06.03.2025 г.);

ИП КИРЬЯКОВА В.В. (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 321/с от 22.01.2024 г.);

ООО «ЛАКОНД» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 36/с от 24.01.2024 г.);

ООО «МАК ИНВЕСТ» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 87/с от 24.01.2024 г.);

ООО «ДОН АДВАНЦ ГРУПП» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 243/с от 05.11.2024 г.);

ООО «ДОНБАСС ФАРМАЦИЯ»(помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 130/с от 16.04.2025 г.);

ИП ТИШАЕВ Д.В. (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 295/с от 22.11.2024 г.);

ООО «МОСТОВИК» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 104/с от 05.09.2025 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 "Технологическая (проектно-технологическая) практика" разработан в соответствии с локальными нормативными актами РАНХиГС.
Фонд оценочных средств "Технологическая (проектно-технологическая) практика" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе практики.

5.4. Перечень видов оценочных средств:

Текущий контроль в виде собеседования и отчета.

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 Донецком филиале РАНХиГС.

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