

Документ: 03.07.2025  
Информация: 06.04.16  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 03.07.2025 06.04.16  
Уникальный программный ключ:  
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

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

**Факультет**  
**Кафедра**

**Менеджмента**  
**Маркетинга и логистики**

**"УТВЕРЖДАЮ"**

Проректор

\_\_\_\_\_ Е.В. Кислюк

24.04.2025

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.О.03(П)**

**Преддипломная практика**

**Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент**  
**Профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент"**

**Квалификация** ***МАГИСТР***

**Форма обучения** ***очная***

**Объём практики** ***12 ЗЕТ***

**Год начала подготовки по учебному плану** ***2025***

Составители:

*канд. экон. наук, доцент*

\_\_\_\_\_ *Т.А. Попова*

*ст.препод.*

\_\_\_\_\_ *Н.В. Близкая*

Рецензент(ы):

*канд. экон. наук, доцент*

\_\_\_\_\_ *И.М. Ягнюк*

Рабочая программа практики "Преддипломная практика" разработана в соответствии с: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент Профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент", утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 24.04.2025 протокол № 12.

Срок действия программы: 2025-2027 уч.г.

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

Протокол от 31.03.2025 г. №10

*Заведующий 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 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

Цель 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 магистерской диссертации.

### 1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

закрепление и апробирование обучающимися знаний по базовым и вариативным дисциплинам, предусмотренных магистерской программой «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» на основе изучения практического опыта;  
 формирование навыков практической работы, разработки и оформления организационных решений в рамках маркетингового управления предприятием;  
 знакомство с новыми управленческими технологиями, используемыми в деловой сфере с целью повышения профессиональной подготовки;  
 формирование навыков и умений формулирования и решения задач, возникающих в ходе практической деятельности;  
 осуществление выбора необходимых и эффективных методов, приемов и средств практических вопросов маркетингового управления;  
 формирование базы данных для аналитической части магистерской диссертации;  
 овладение умениями обоснования и изложения полученных результатов в виде отчетов, презентаций, докладов.

### 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:

Управление продажами

Маркетинговый тренинг

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

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

*ПКс-1Способен к стратегическому анализу и планированию продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий*

*ПКс-1.3Способен осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет*

#### **Знать:**

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов стратегического анализ и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	---

Уровень 2	демонстрирует знания методов стратегического анализ и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	---

Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов стратегического анализ и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	--

#### **Уметь:**

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	--

Уровень 2	умеет осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	--

Уровень 3	эффективно умеет осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	---

#### **Владеть:**

Уровень 1	слабо владеет навыками осуществления стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	--

Уровень 2	владеет навыками осуществления стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
-----------	--

Уровень 3	уверенно владеет навыками осуществления стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 2	демонстрирует знания методов стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 2	умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять стратегическое планирование продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 2	владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
Уровень 3	уверенно владеет навыками стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет
<i>ПКс-2Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта</i>	
<i>ПКс-2.3Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методики анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 2	демонстрирует знания методики анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методики анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 2	умеет анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 3	эффективно умеет анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 2	владеет навыками анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
Уровень 3	уверенно владеет навыками анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта
<i>ПКс-3Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга</i>	
<i>ПКс-3.3Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
<b>Уметь:</b>	

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга
Уровень 3	эффективно умеет разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 2	владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
Уровень 3	уверенно владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга
<i>ПКс-4Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации</i>	
<i>ПКс-4.6Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	демонстрирует знания методов разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	эффективно умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 2	владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
Уровень 3	уверенно владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации
<i>ПКс-7Способен к осуществлению информационно-аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований</i>	
<i>ПКс-7.3Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методики осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	демонстрирует знания методики осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методики осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования
Уровень 2	умеет осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования
Уровень 3	эффективно умеет осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований

Уровень 2	владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
Уровень 3	уверенно владеет навыками осуществления информационно-аналитической деятельности, проведения маркетинговых исследований
<i>ПКс-5Способен формировать маркетинговую стратегию организации/предприятия</i>	
<i>ПКс-5.3Способен формировать маркетинговую стратегию организации</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 2	умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 3	эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
<i>ПКс-6Способен управлять маркетинговой системой организации/предприятия и вносить изменения в ее функционирование</i>	
<i>ПКс-6.3Способен формировать маркетинговую стратегию организации</i>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов формирования маркетинговой стратегии организации
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 2	умеет формировать маркетинговую стратегию организации
Уровень 3	эффективно умеет формировать маркетинговую стратегию организации
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	слабо владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 2	владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации
Уровень 3	уверенно владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации

***В результате прохождения "Преддипломная практика" обучающийся должен:***

<b>1</b>	<b>Знать:</b>
	методы проведения стратегического анализа и планирования продвижения организаций в сети Интернет; управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта; разработки и реализации маркетинговых программ, системы коммуникаций и маркетинговой стратегии организации; методику информационно-аналитической деятельности, маркетинговых исследований
<b>2</b>	<b>Уметь:</b>
	проводить стратегический анализ и планировать продвижение организаций в сети Интернет; управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта; разрабатывать и осуществлять реализацию маркетинговых программ, систему коммуникаций и маркетинговую стратегию организации; осуществлять информационно-аналитическую деятельность, маркетинговые исследования
<b>3</b>	<b>Владеть:</b>
	проведения стратегического анализа и планирования продвижения организаций в сети Интернет; управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта; разработки и осуществления реализации маркетинговых программ, маркетинговых коммуникаций и маркетинговой стратегии организации; осуществления информационно-аналитической деятельности, маркетинговых исследований

**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.

По типу практики "Преддипломная практика" видом промежуточной аттестации является Зачет с

оценкой.

### 1.5.1. Формы отчетности по практике

Процедура аттестации студента по итогам практики.

По окончании практики студент сдает на кафедре отчет по практике и дневник прохождения практики.

Отчет должен иметь объем 20-25 страниц формата А4 машинописного текста и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.

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.

Структура отчета по практике прописана в методических рекомендациях к ней.

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### 2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ПРАКТИКИ

Общая трудоёмкость "Преддипломная практика" составляет 12 зачётные единицы, 432 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом, который разрабатывается и корректируется ежегодно.

### 2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРАКТИКИ

Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интракт.	Примечания
Раздел 1. Подготовительный						
Тема 1.1. Проведение вводного инструктажа /Пр/	4	2	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2,Л3.1		
Тема 1.1. Проведение вводного инструктажа /Ср/	4	4	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 1.2. Разработка индивидуального плана практики /Пр/	4	2	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		



Тема 1.2. Разработка индивидуальной практики /Ср/	4	5	ПКе-1.3,ПКе-1.5,ПКе-2.3,ПКе-3.3,ПКе-4.6,ПКе-5.3,ПКе-6.3,ПКе-7.3	Л2.1,Л2.2		Обоснование актуальности исследования, цели, задач, степени разработанности и проблемы. Составление аннотированного списка проработанной литературы. Первая глава отчета по практике
Тема 1.3. Изучение внутренних уставных и регламентных документов, видов лицензий, знакомство с организационной структурой, правилами внутреннего распорядка и особенностями осуществления хозяйственной деятельности /Ср/	4	15	ПКе-1.3,ПКе-1.5,ПКе-2.3,ПКе-3.3,ПКе-4.6,ПКе-5.3,ПКе-6.3,ПКе-7.3			
Тема 1.1. Обоснование практической значимости выбранной темы диссертационного исследования /Ср/	4	15	ПКе-1.3,ПКе-1.5,ПКе-2.3,ПКе-3.3,ПКе-4.6,ПКе-5.3,ПКе-6.3,ПКе-7.3			
<b>Раздел 2. Исследовательский</b>						
Тема 2.1. Постановка гипотез, определение необходимых информационных источников и выявление их наличия или отсутствия на месте прохождения практики, анализ и оценка данных источников информации для проведения дальнейших экономических расчетов. /Пр/	4	2	ПКе-1.3,ПКе-1.5,ПКе-2.3,ПКе-3.3,ПКе-4.6,ПКе-5.3,ПКе-6.3,ПКе-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 2.1. Постановка гипотез, определение необходимых информационных источников и выявление их наличия или отсутствия на месте прохождения практики, анализ и оценка данных источников информации для проведения дальнейших экономических расчетов. /Ср/	4	12	ПКе-1.3,ПКе-1.5,ПКе-2.3,ПКе-3.3,ПКе-4.6,ПКе-5.3,ПКе-6.3,ПКе-7.3	Л2.1,Л2.2		

Тема 2.2. Анализ организации выполнения управленческих решений и контроля за их выполнением /Ср/	4	20	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 2.2. Анализ организации выполнения управленческих решений и контроля за их выполнением /Пр/	4	2	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 2.3. Разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, и методики их расчета /Ср/	4	31	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 2.4. Анализ информационного обеспечения управления маркетинговой деятельностью и другими технологически связанными с ней видами работ /Ср/	4	70	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		Вторая глава отчета по практике
Тема 2.5. Оценка степени эффективности и результативности деятельности организации относительно выбранной тематики исследования, построение собственных эконометрических моделей, выявление существующих недостатков и причин их возникновения, проведение прочих исследований, необходимых для написания магистерской диссертации /Ср/	4	60	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3			
Тема 2.6. Оценка социальной и экономической эффективности производственной и управленческой деятельности /Ср/	4	40	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3			

Тема 2.7. Обработка, обобщение и анализ полученных данных аргументирование и формулирование положений, выводов, практических рекомендаций и предложений. /Ср/	4	23	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3			
<b>Раздел 3. Заключительный</b>						
Тема 3.1. Оценка и интерпретация полученных результатов. /Ср/	4	35	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 3.2. Окончательная проверка гипотез, построение системы предложений и рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности организации-места прохождения преддипломной практики, внедрение данных предложений в финансово-хозяйственную научную деятельность организации. /Ср/	4	45	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		
Тема 3.3. Анализ данных с учетом внедренных изменений, формулирование окончательных выводов, разработка рекомендаций организации для более эффективной работы /Ср/	4	45	ПКс-1.3,ПКс-1.5,ПКс-2.3,ПКс-3.3,ПКс-4.6,ПКс-5.3,ПКс-6.3,ПКс-7.3	Л2.1,Л2.2		

### **РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Впроцес используются следующие образовательные технологии: практические занятия (ПР), самостоятельная работа обучающихся (СР) и консультации (К) по выполнению различных видов заданий. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы. 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.

### **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**

Дополнительная литература

Л2.1	Антикризисное управление предприятием [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Ульяновск : УлГТУ, 2021. - 200 с. – Режим доступа: <a href="http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2014/182.pdf">http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2014/182.pdf</a>
------	---

Л2.2	Стратегическое управление предприятием: теория и практика : учебно- методическое пособие. - Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2021. - 428 с.	
<b>Дополнительная литература</b>		
Л3.1	реддипломная практика:Методические рекомендации по организации и прохождению преддипломной практики для обучающихся образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль "Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент") / форм обучения . - Донецк; ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025. - 56	
<b>4.2. Перечень ресурсов сети Интернет</b>		
Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	<a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	<a href="https://znanium.ru/">https://znanium.ru/</a>
<b>4.3. Перечень программного обеспечения</b>		
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 ДОНАУИГС. Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда.		
<b>4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы</b>		
Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - <a href="http://unilib.dsum.internal/">http://unilib.dsum.internal/</a> Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <a href="http://www.lib-dpr.ru/">http://www.lib-dpr.ru/</a> Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <a href="http://www.ipr-ras.ru/libr.htm">http://www.ipr-ras.ru/libr.htm</a> Электронная библиотечная система "Лань" - <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>		
<b>4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины</b>		
Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель. 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.) ООО «Алтай» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 262/с от 24.10.2019 г.) ООО "Мак Инвест" (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 37/с от 24.01.2024 г.) ООО "Лаконд" (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 36/с от 24.01.2024 г.) ИП Скозобцова Лидия Сергеевна (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 74/с от 06.03.2024 г.) ИП Кирьякова Владислава Владимировна (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики по договору № 32/с от 22.01.2024 г.)		

## РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1 Контрольные вопросы и задания:

1. Опишите предприятие: отрасль, основная продукция, основной рыночный сегмент, структура и масштабы производства и реализации.
2. Дайте характеристику внутренним факторам производства: персонал (численность и структура), основные фонды (степень автоматизации и механизации работ, доля активной и пассивной части), оборотные средства (средняя величина, состав, оборачиваемость).
3. Охарактеризуйте организационную структуру управления предприятия и место маркетингового отдела.
4. Опишите систему маркетинговой деятельности в организации.
5. Дайте характеристику реализации принципов идеальной организации производственных процессов на данном предприятии.
6. Опишите маркетинговую стратегию предприятия.
7. Раскройте содержание действий руководства по контролю и анализу в организации.
8. Охарактеризуйте эффективность механизма принятия управленческих решений в организации.
9. Дайте оценку эффективности функционирования маркетинга на предприятии.
10. Дайте оценку эффективности системы менеджмента в организации
11. Сформулируйте основные тенденции в данной отрасли (на рынке данного продукта или услуги).
12. Оцените эффективность деятельности организации в целом.
13. Какие факторы играют наибольшее отрицательное влияние на деятельности организации.
14. Какие действия позволили бы повысить эффективность деятельности данной организации.

### 5.2. Темы письменных работ:

Направления тем магистерских диссертаций:

- 1 Теоретико-методологические основы маркетингового менеджмента производственных, торговых предприятий, организаций сферы услуг и органов государственных власти.
  - 2 Особенности товарной политики предприятий различных сфер деятельности в условиях микро-, мезо- и макроуровня.
  - 3 Основы формирования цены на товар/услугу в условиях рыночного пространства.
  - 4 Политика продвижения организации как инструмент повышения эффективности ее деятельности
  - 5 Эффективный процесс распределения товаров в современных условиях рыночного пространства
- Полный перечень тем магистерских диссертаций в рамках вышеуказанных направлений представлен в Методических рекомендациях организации и прохождению производственной (преддипломной) практики.

### 5.3. Фонд оценочных средств:

Комплект оценочных материалов разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Комплект оценочных материалов в полном объеме представлен в виде приложения ОПОП по данной образовательной программе.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств:

Собеседование, отчет по практике и дневник прохождения практики

## 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 ФГБОУ ВО "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 , требования к оформлению отчетной документации и критерии оценивания при подведении итогов практической подготовки обучающихся.

реддипломная практика проводится с целью формирования и развития профессиональных знаний в сфере выбранного направления подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерской программы, 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 магистерской диссертации.

В полном объеме методические рекомендации по организации и прохождению практики содержатся в учебно-методическом комплексе практики.