

Документ: МД-15/01-2024-001
Информация: 27.06.2024
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 27.06.2024 15:36:58
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

_____ Л.Н. Костина

27.04.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
Производственная практика

Б2.О.03(П)

Преддипломная практика

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль "Маркетинг"

Квалификация ***БАКАЛАВР***

Форма обучения ***очная***

Объём практики ***6 ЗЕТ***

Год начала подготовки по учебному плану ***2024***

Составители:

ст.препод.

_____ *Н.В.Близкая*

Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент

_____ *В.Ю.Лунина*

Рабочая программа практики "Преддипломная практика" разработана в соответствии с: Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Самостоятельно установленным образовательным стандартам по направлению подготовки высшего образования 38.03.02 Менеджмент (приказ ФГБОУ ВО "РАНХиГС" от 07.09.2023 г. №01-24604)

Рабочая программа практики составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль "Маркетинг", утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2024 протокол № 12.

Срок действия программы: 2024-2028 уч.г.

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

Протокол от 24.04.2024 г. № 8

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

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 дипломной работы.

1.2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

В результате прохождения преддипломной практики обучающиеся должны:

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

1.3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

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

Маркетинговые коммуникации

Маркетинговое ценообразование

Бизнес-планирование

Маркетинговая товарная политика

Международный маркетинг

Управление проектами

Брендинг

Инфраструктура товарного рынка

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

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПКс-1.8Способен проводить подготовку к проведению маркетингового исследования

ПКс-1.8Способен проводить подготовку к проведению маркетингового исследования

Знать:

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований
-----------	--

Уровень 2	демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований
-----------	--

Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговые исследования
-----------	--

Уровень 2	умеет проводить маркетинговые исследования
-----------	--

Уровень 3	умеет эффективно проводить маркетинговые исследования
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	слабо владеет навыками проведения маркетинговых исследований
-----------	--

Уровень 2	владеет навыками проведения маркетинговых исследований
-----------	--

Уровень 3	уверенно владеет навыками проведения маркетинговых исследований
-----------	---

ПКс-2Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПКс-2.10Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

Знать:

Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 2	демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 2	умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 3	эффективно умеет проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга
Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 2	владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Уровень 3	уверенно владеет навыками проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
<i>ПКс-3Способен организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»</i>	
<i>ПКс-3.7Способен организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»</i>	
Знать:	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 2	демонстрирует знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания способов организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 2	умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 3	эффективно умеет организовывать стратегии продвижения в сети «Интернет»
Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 2	владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
Уровень 3	уверенно владеет навыками организации стратегии продвижения в сети «Интернет»
<i>ПКс-4Способен управлять реализацией стратегии продвижения</i>	
<i>ПКс-4.6Способен управлять реализацией стратегии продвижения</i>	
Знать:	
Уровень 1	демонстрирует поверхностные знания методов управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 2	демонстрирует знания методов управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 3	уверенно демонстрирует знания методов управления реализацией стратегии продвижения
Уметь:	
Уровень 1	недостаточно эффективно умеет управлять реализацией стратегии продвижения
Уровень 2	умеет управлять реализацией стратегии продвижения
Уровень 3	эффективно умеет управлять реализацией стратегии продвижения
Владеть:	
Уровень 1	слабо владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 2	владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения
Уровень 3	уверенно владеет навыками управления реализацией стратегии продвижения

В результате прохождения "Преддипломная практика" обучающийся должен:

1	Знать:
	возможные типы организационно-правовой структуры предприятия, основные его подразделения и службы, их функции и взаимодействие;
	виды деятельности предприятия;
	методы расчета финансово-экономических показателей деятельности предприятия;

	особенности осуществления маркетинговой деятельности, методики маркетингового исследования, способов продвижения продукции, услуг, в том числе с использованием Интернет- технологий
2 Уметь:	
	выполнять должностные обязанности маркетолога, осуществлять маркетинговую деятельность, применять элементы маркетинг-микса при планировании, организации и управлении деятельностью предприятия.
3 Владеть:	
	навыками сбора информации и оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей в маркетинге; проведения маркетинговых исследований; разработки, внедрения и управления стратегией продвижения, в том числе в сети "Интернет"

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 кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики. 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 6 зачётные единицы, 216 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом, который разрабатываются и корректируются 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. Прохождение инструктажа по технике безопасности /Пр/	8	2	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 1.1. Прохождение инструктажа по технике безопасности /Ср/	8	20	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 1.2. Ознакомление с тематикой отчетов по преддипломной практике. Выбор темы /Ср/	8	24	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		

Раздел 2. Исследовательско-аналитический						
Тема 2.2 Изучение организационной характеристики предприятия /Ср/	8	27	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.3 Анализ состояния рынка и основных факторов маркетинговой среды предприятия /Ср/	8	30	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.4 Анализ организации и управления маркетинговой службой предприятия /Ср/	8	28	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.5 Анализ финансово-экономического состояния /Ср/	8	28	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 2.6 Выполнение индивидуального задания /Ср/	8	28	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Раздел 3. Заключительный						
Тема 3.1 Подготовка и защита отчета /Ср/	8	27	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		
Тема 3.2 Подготовка и защита отчета /Пр/	8	2	ПКс-1.8,ПКс-2.10,ПКс-3.7,ПКс-4.6	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л3.1		

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе прохождения преддипломной практики используются следующие образовательные технологии: практические занятия (ПР), консультации, самостоятельная работа обучающихся (СР) по выполнению различных видов заданий. В процессе прохождения практики используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы.

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

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

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

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

Дополнительная литература

Л2.1	Котлер, Филип Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер .: - СПб : Издательский Дом "Нева", 2003. - 224 с.
Л2.2	Багиев, Г. Л. Маркетинг :учебник . - СПб. : Питер, 2005. - 736 с.
Л2.3	Николайчук, В.Е. Основы конкурентного маркетинга:учебное пособие. - Донецк : "Ноулидж" донецкое отделение, 2010. - 514 с.
Л2.4	Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]:учебное пособие для практических занятий . - М. : КНОРУС, 2011. - 374 с. – Режим доступа: http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2012/Zaharova.pd

Дополнительная литература

Л3.1	Производственная (преддипломная) практика: Методические рекомендации по организации и прохождению производственной (преддипломной) практики для обучающихся образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения . - Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022. - 45
------	--

4.2. Перечень ресурсов сети Интернет

Э1	Стратегии маркетинга в сети "Интернет". Режим доступа: http://www.wilsonweb.com/awards
Э2	Маркетинговые фирмы и периодические издания по маркетингу. Режим доступа: http://www.emar.com/internet/hot
Э3	Информация о стратегиях маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм. Режим доступа: http://www/nsns.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 Moodle;
- Яндекс.Телемост, SberJazz, VK Звонки используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС"

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

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" - <http://unilib.dsum.internal/>
Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>
Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) –
<http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>
Электронная библиотечная система "Лань" - <https://e.lanbook.com/>

4.5. Материально-техническая база для проведения практики

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

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

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

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

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 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 «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. Охарактеризуйте организационно-правовую форму деятельности исследуемого предприятия.
2. Приведите виды деятельности исследуемого субъекта хозяйственной деятельности.
3. Как организована маркетинговая деятельность на предприятии, есть ли отдельное подразделение, на кого возложены функции управления маркетинговой деятельностью?
4. Какие тренды развития выявлены на исследуемом предприятии?
5. Какие маркетинговые мероприятия осуществляются на исследуемом предприятии?
6. Какие виды маркетинговых коммуникаций Вам известны? Какие из них используются в практической деятельности данного предприятия?
7. Приведите элементы маркетинг-микса. Как они представлены на предприятии?
8. Какие методы продвижения используются на данном объекте исследования?
9. Какие мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности Вы разработали?
10. Как рассчитывались показатели экономической эффективности предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности?

5.2. Темы письменных работ:

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

5.3. Фонд оценочных средств:

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

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

5.4. Перечень видов оценочных средств:

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

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ

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

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в 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 организации и прохождению производственной (преддипломной) практики, требования к оформлению отчетной документации и критерии оценивания при подведении итогов практической подготовки обучающихся. Производственная (преддипломная) практика проводится с целью формирования и развития профессиональных знаний в сфере выбранного направления подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам, установления их связи с практической деятельностью, овладения необходимыми профессиональными компетенциями по выбранному направлению специализированной подготовки, а также с целью сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки научных предложений и научных идей, подготовки дипломной работы. В полном объеме методические рекомендации по организации и прохождению практики содержатся в учебно-методическом комплексе практики.