

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖАЮ

Первый проректор

А. А. Каракозов

Ф.И.О.

«31» марта 2023 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.О.02(Пд) Производственная практика: преддипломная**

(код и наименование практики согласно учебному плану)

Направление подготовки:

38.03.02 – Менеджмент

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность (профиль):

Промышленный маркетинг

(наименование профиля / магистерской программы / специализации)

Программа:

бакалавриат

(бакалавриат, магистратура, специалитет)

Форма обучения:

очная, заочная

(очная, заочная, очно-заочная)

Форма обучения	Очная	Заочная
Семестр	8	9
Общая трудоёмкость в з.е./неделях	6/4	6/4
Контактная работа (час.)	4	4
Самостоятельная работа (час.)	212	212
Контроль (экзамен, час./зачёт)	диф.зачет	диф.зачет

Донецк, 2023 г.

Рабочая программа практики «Производственная практика: преддипломная» составлена в соответствии с учебными планами по направлению подготовки 38.03.02 - *Менеджмент* (направленность (профиль) «Промышленный маркетинг») для 2023 года приёма по очной и заочной формам обучения.

Составитель:

доцент кафедры «Экономика  
и маркетинг»

к.э.н., доцент

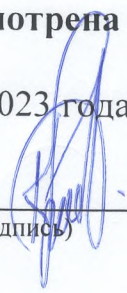
  
(подпись)

Э.И. Полякова

Рабочая программа **рассмотрена и принята** на заседании кафедры «Экономика и маркетинг».

Протокол от «22» февраля 2023 года № 8

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

А.А.Кравченко

(Ф.И.О.)

Рабочая программа **одобрена учебно-методической комиссией** ГОУВПО «ДОННТУ» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Протокол от «27» марта 2023 года № 4

Председатель

  
(подпись)

Шарнопольская О.Н.

(Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 20\_\_ года приёма на заседании кафедры  
«Экономика и маркетинг».

Протокол от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 20\_\_ года приёма на заседании кафедры  
«Экономика и маркетинг».

Протокол от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 20\_\_ года приёма на заседании кафедры  
«Экономика и маркетинг».

Протокол от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 20\_\_ года приёма на заседании кафедры  
«Экономика и маркетинг».

Протокол от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 20\_\_ года приёма на заседании кафедры  
«Экономика и маркетинг».

Протокол от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

# 1. ОБЪЕКТ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

*Цель производственной практики:* преддипломная – закрепление полученных в ходе обучения знаний для успешного написания выпускной квалификационной работы бакалавра по выбранной теме, для их применения в дальнейшей практической деятельности.

В результате освоения дисциплины студент должен:

*знать:* экономическое регулирование деятельности предприятия; систему управления и руководства организацией, ее структуру, стратегические и тактические цели, характеристики отдельных функциональных зон; принципы оперативного и стратегического планирования и управления; маркетинговые стратегии и программы организации; характеристики маркетинговой среды организации (косвенного и прямого воздействия); показатели конкурентоспособности товаров (услуг), возможные пути их повышения;

*уметь:* обобщать и систематизировать опыт работы конкретной организации по основным направлениям деятельности служб; правильно оформлять различные документы; анализировать статистическую и финансовую документацию; собирать необходимую информацию для подготовки и написания квалификационной работы; разрабатывать анкеты и проводить анкетирование и интервьюирование; разрабатывать и осуществлять программу маркетингового исследования; применять экономико-математические методы для решения различных задач;

*владеть:* навыками разработки планов проведения исследований по определенной тематике; навыками организации сбора и изучения научно-технической информации по теме; навыками проведения анализа и теоретического обобщения научных данных в соответствии с задачами исследования.

Процесс прохождения производственной практики: преддипломная направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Донецкой Народной Республики и иностранном (ых) языке(ах).

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

УК-9 - способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.

УК-10 - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

ОПК-1 - способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.

ОПК-2 – способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

ОПК-3 - способен разрабатывать обоснованные организационно- управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

ОПК-4 – способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций.

ОПК-5 - способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

ОПК-6 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-1 - способен на основе анализа целевых показателей формировать возможные варианты решений в области управления бизнес-процессами, с использованием современных информационных технологий.

ПК-2 - способен осуществлять мониторинг конъюнктуры рынков промышленных товаров и услуг, рынка банковских услуг, рынка ценных бумаг, иностранной валюты.

ПК-3 - способен участвовать в разработке инвестиционных проектов, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов.

ПК-4 - способен участвовать в выработке мероприятий по воздействию на риск в разрезе отдельных видов и их экономической оценке.

ПК-5 - способен формировать диапазон цен на товары, работы и услуги.

ПК-6 - способен осуществлять руководство структурным подразделением организации.

ПК-7 - способен осуществлять научно-исследовательские работы по заданной тематике.

ПК-8 - способен оценивать различные уровни качества товаров и услуг на потребительских рынках и рынках организаций.

ПК-9 - способен оценивать конкурентоспособность товара и предприятия и изыскивать меры по их повышению, в том числе с использованием современных цифровых технологий.

ПК-10 - способен к участию в разработке и реализации современных концепций маркетинга на предприятиях, в том числе базовых отраслей Донецкого региона.

ПК-11 - способен к формированию и осуществлению ценовой политики предприятия и политики продвижения товаров.

## **2 МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Производственная практика: преддипломная базируется на изучении следующих дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинговый анализ», «Маркетинговая стратегия», «Экономика предприятия», «Маркетинговое ценообразование», «Управление проектами», «Маркетинг промышленного предприятия», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации».

Данная практика является основой для выполнения и защиты выпускной квалификационной работы бакалавра и прохождения государственной итоговой аттестации.

## **3 ВИД ПРАКТИКИ, ФОРМА И СПОСОБ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ**

По виду практика является производственной практикой: преддипломная.

Практика проводится дискретно (в выделенные недели по завершению теоретического обучения в 8 семестре при очной форме обучения и в 9 семестре при заочной форме обучения).

По способу проведения практика является стационарной или выездной.

Производственную практику: преддипломную студенты проходят на предприятиях Донецкой и Луганской Народных Республик на основании договора между университетом и предприятием. Если подготовка бакалавров университетом осуществляется по заказу



физических лиц, базой практики обеспечивают эти физические лица (при этом они обязаны учесть все требования рабочей программы к практике).

В качестве объектов практики могут быть выбраны фирмы, предприятия и организации любых размеров (крупные, средние, малые), разных форм собственности (государственные, частные, смешанные), разных организационно-правовых форм (открытые, закрытые или публичные акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, индивидуальные частные предприятия и др.).

#### 4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Объем производственной практики: преддипломная в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях (часах) определяются учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент (направленность (профиль) «Промышленный маркетинг») для 2023 года приема.

Общая трудоёмкость практики составляет 6 з.е. (216 часов). Практика проводится на протяжении 4 недель.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ, выполняемых обучающимся под руководством преподавателя и самостоятельно (часов; дней)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный	Выбор места прохождения практики (при необходимости заключение индивидуального договора о прохождении практики на предприятии), ознакомление с целями, задачами и программой практики, выдача индивидуального задания на практику, оформление направления на практику и дневника практики. Знакомство с предприятием, его режимом работы, системой менеджмента и маркетинга, стратегиями развития, с его уставом, разрешенными видами деятельности, целями, задачами, с организационной структурой управления, масштабами деятельности предприятия. (24/24 ч; 3/3 дня)	Контроль правильности оформления документов по прохождению практики и ознакомление с ними руководства предприятия; Проверка промежуточных результатов прохождения практики по дневнику практики
3	Основной	Ознакомление с составом и содержанием функций, выполняемых структурным подразделением предприятия, в котором студент проходит практику, выявление наличия должностных инструкций сотрудников отдела, механизмов взаимодействия с другими подразделениями, формулирование предложений по совершенствованию деятельности	Проверка заполнения дневника практики. Проверка промежуточных отчетов (результатов). Проверка выполнения контрольных заданий с целью текущего

		<p>подразделения и всей организации в целом.</p> <p>Сбор и анализ информации о деятельности предприятия; изучение и анализ планирования производства и сбыта продукции; изучение материально-технического и кадрового обеспечения деятельности; анализ механизма формирования затрат и ценообразования; определение финансовых результатов деятельности предприятия.</p> <p>Сбор статистических данных для выполнения выпускной квалификационной работы.</p> <p>Выполнение индивидуального задания по направлению подготовки, выданного научным руководителем выпускной квалификационной работы в вузе.</p> <p>Выполнение заданий, выдаваемых практиканту руководителем практики от предприятия.</p> <p>Ознакомление с постановкой научно-исследовательской деятельности на предприятии.</p> <p>(176/176 ч; 22/22 дня)</p>	оценивания приобретенных обучающимся знаний, умений и навыков.
5	Завершающий	<p>Систематизация материалов по практике, составление и оформление отчёта по практике в соответствии с предъявляемыми требованиями. Подготовка доклада и презентации по результатам прохождения практики (16/16 ч; 2/2 дня)</p>	Защита отчёта по практике

## 5 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

В результате освоения компетенции УК-1 обучающийся должен:

знать: методы системного и критического анализа; методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемных ситуаций;

уметь: применять методы системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций; разрабатывать стратегию действий, принимать конкретные решения для ее реализации;

владеть: методологией системного и критического анализа проблемных ситуаций; методиками постановки цели, определения способов ее достижения, разработки стратегий действий.

В результате освоения компетенции УК-2 обучающийся должен:

знать: круг задач в рамках поставленной цели и связи между ними; действующие правовые нормы для решения поставленных задач;

уметь: оценить круг задач в рамках поставленной цели и связи между ними; объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта; предложить способы решения поставленных задач, сформулировать ожидаемые результаты и оценить предложенные варианты с точки зрения соответствия цели проекта;

владеть: способами выбора оптимальных путей для решения поставленной цели; методами представления результатов проекта, предлагаемых вариантов их использования и/или совершенствования.

В результате освоения компетенции УК-3 обучающийся должен:

знать: методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами; основные теории лидерства и стили руководства;

уметь: разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций при подготовке и выполнении проекта; сформулировать задачи членам команды для достижения поставленной цели; разрабатывать командную стратегию; применять эффективные стили руководства командой для достижения поставленной цели;

владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностные, групповые и организационные коммуникации в команде для достижения поставленной цели; методами организации и управления коллективом.

В результате освоения компетенции УК-4 обучающийся должен:

знать: правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках; существующие профессиональные сообщества для профессионального взаимодействия;

уметь: применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения для академического и профессионального взаимодействия;

владеть: методикой межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий.

В результате освоения компетенции УК-5 обучающийся должен:

знать: закономерности и особенности социально- исторического развития различных культур; особенности межкультурного разнообразия общества; правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия;

уметь: понимать и толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества; анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

владеть: методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия.

В результате освоения компетенции УК-6 обучающийся должен:

Знать: методики самооценки, самоконтроля и саморазвития с использованием подходов здоровьесбережения;

уметь: решать задачи собственного личностного и профессионального развития, определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности;

применять методики самооценки и самоконтроля; применять методики, позволяющие улучшить и сохранить здоровье в процессе жизнедеятельности;

владеть: технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни, в том числе с использованием здоровьесберегающих подходов и методик.

В результате освоения компетенции УК-8 обучающийся должен:

знать: последствия воздействия вредных и опасных факторов в рамках осуществляемой профессиональной деятельности на организм человека и природную среду; методы и способы защиты от вредных и опасных факторов в повседневной жизни и в профессиональной деятельности;

уметь: выявлять проблемы, связанные с нарушением техники безопасности на рабочем месте; предложить мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций;

владеть: основными методами защиты при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и профессиональной деятельности; правилами поведения при



возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, оказания первой помощи, основными способами устранения чрезвычайных ситуаций.

В результате освоения компетенции УК-9 обучающийся должен:

знать: основные этические нормы и психологические особенности взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья;

уметь: применять адекватные способы организации совместной профессиональной деятельности при участии в ней лиц с ограниченными возможностями здоровья;

владеть: инклюзивными технологиями в профессиональной сфере.

В результате освоения компетенции УК-10 обучающийся должен:

знать: базовые экономические понятия, категории, законы, инструменты социальной политики государства; закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;

уметь: применять экономические знания для решения задач профессиональной деятельности;

владеть: методами принятия экономических решений в процессе профессиональной деятельности.

В результате освоения компетенции ОПК-1 обучающийся должен:

знать: содержание, терминологию и сущность основных понятий дисциплин в областях экономики, организации и управления, составляющих теоретическую основу модулей профильной подготовки;

уметь: формулировать и разрабатывать алгоритм решения профессиональных задач в заданной области, типе (или объекте) профессиональной деятельности; применять теоретические знания для решения задач в междисциплинарных отраслях профессиональной деятельности;

владеть: типовыми методами обоснования эффективности инженерных и управленческих решений в заданной(ных) области(ях) профессиональной деятельности.

В результате освоения компетенции ОПК-2 обучающийся должен:

знать: источники информации и методы их поиска для решения управленческих задач в заданной области профессиональной деятельности; инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы сбора, обработки и анализа данных для решения управленческих задач;

уметь: осуществлять поиск необходимой информации из различных источников, ее обработку и анализ, исходя из поставленных целей и типовых задач в областях профессиональной деятельности;

владеть: методами статистического анализа с целью обоснования вариантов решения профессиональных задач и выбора оптимального.

В результате освоения компетенции ОПК-3 обучающийся должен:

знать: сущность социальных результатов производственной деятельности организации и методов ее социального управления; основные положения концепции устойчивого развития; основные положения социальной политики государства в современных условиях и ее трансформацию на различных уровнях управления;

уметь: анализировать последствия проблемных ситуаций в организациях заданных сфер профессиональной деятельности и находить способы их разрешения; разрабатывать и реализовывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости;

владеть: методами оценки социально-экономической эффективности организационно-управленческих решений в сферах профессиональной деятельности.

В результате освоения компетенции ОПК-4 обучающийся должен:

знать: выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций виды рынков и основные методы анализа эффективности функционирования на них организаций; этапы и процедуры разработки бизнес-плана;

уметь: разрабатывать бизнес-планы проектов и направлений развития бизнеса в целом для организаций сфер профессиональной деятельности выпускника;

владеть: методами оценки возможностей развития организации с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.

В результате освоения компетенции ОПК-5 обучающийся должен:

знать: общие и специализированные информационные технологии, и программные средства, необходимые для решения профессиональных задач;

уметь: выбирать и использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

владеть: методами использования современных информационных, в т.ч компьютерных технологий в менеджменте для разработки мероприятий по повышению эффективности работы организации.

В результате освоения компетенции ОПК-6 обучающийся должен:

знать принципы работы современных информационных технологий и их возможности в профессиональной деятельности;

уметь выбирать и применять современные информационные технологии для решения профессиональных задач, учитывая их возможности;

владеть современными информационными технологиями для решения задач профессиональной деятельности.

В результате освоения компетенции ПК-1 обучающийся должен:

знать: методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии информации бизнес-анализа; информационные технологии, применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа;

уметь: анализировать внутренние и внешние факторы и условия, влияющие на деятельность организации; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа и проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев;

владеть: методикой оценки эффективности альтернативных вариантов решения и выбора оптимального исходя из целевых показателей организации.

В результате освоения компетенции ПК-2 обучающийся должен:

знать: конъюнктуру, инфраструктуру и методы анализа, и механизмы функционирования финансовых рынков и рынков промышленных товаров и услуг; методы сбора, обработки и анализа информации с применением современных компьютерных технологий; виды и методы разработки стратегий промышленного предприятия; нормативные правовые акты, регулирующие различные аспекты деятельности промышленного предприятия;

уметь: собирать и анализировать информацию по обозначенным рынкам с применением современных икт для цели разработки различного вида стратегий промышленного предприятия;

владеть: навыками сбора информации по конъюнктуре рынка финансовых услуг; способностью организации сбора, обработки и анализа информации, в том числе с применением социологических, маркетинговых исследований; типовыми методами и процедурами комплексного анализа состояния обозначенных рынков и прогнозирования их изменений, в т.ч. с использованием социологических исследований.

В результате освоения компетенции ПК-3 студент должен:

знать: основы экономического анализа при реализации инвестиционного проекта; методы оценки экономической и социальной эффективности инвестиционного проекта; основные факторы риска, методы их количественной оценки в рамках реализации проекта;

уметь: использовать эконометрические методы прогнозирования развития рынка на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу; оценивать эффективность проекта и различных сценариев его реализации; разрабатывать меры по снижению воздействия основных факторов риска на результаты эффективности проекта;

владеть: навыками подготовки предложений по инвестиционным проектам в соответствии с критериями их рыночной привлекательности, а также целями проекта; методами оценки риска проекта.

В результате освоения компетенции ПК-4 студент должен:

знать: инструменты анализа рисков и управления ими; инструменты анализа последствий воздействию на риск в разрезе отдельных видов и их экономической оценке рисков; законодательство и отраслевые стандарты по управлению рисками;

уметь: осуществлять расчеты, прогнозировать, тестировать и верифицировать методики управления рисками с учетом отраслевой специфики; отбирать подходящие методы воздействия на отдельные виды рисков и эффективно применять их с учетом их результативности и экономической эффективности;

владеть: способами и приемами мониторинга рисков и мероприятий по воздействию на риски; умением разрабатывать мероприятия по управлению рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации.

В результате освоения компетенции ПК-5 обучающийся должен:

знать: основы маркетингового ценообразования; порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; основные нормативные правовые акты, регулирующие формирование цены на промышленные товары, работы и услуги;

уметь: использовать различные методы расчета цен на товары, работы, услуги, в том числе затратные методы, рыночные методы, параметрические методы, и информационные интеллектуальные технологии для формирования диапазона цен на товары, работы, услуги; организовывать работу подчиненных и контролировать их; проводить исследования изменения цен на промышленные товары, работы и услуги;

владеть: навыками осуществления расчетов цен на товары, работы, услуги с учетом соответствующих коэффициентов и нормативов; навыками координации специалистов более низкого уровня квалификации и контроля исполнения ими поручений в соответствии с компетенцией, предусмотренной трудовым договором (должностной инструкцией).

В результате освоения компетенции ПК-6 обучающийся должен:

знать: основы налогового, бюджетного и трудового законодательства; современные формы мотивации специалистов по внутреннему контролю и требования профессиональной этики;

уметь: осуществлять поиск, анализ и оценку профессиональной информации и управлению штатным персоналом структурного подразделения внутреннего контроля; разрабатывать перспективные и оперативные планы работы; разрабатывать и применять на практике показатели оценки качества работы структурного подразделения внутреннего контроля и его сотрудников;

владеть: навыками подбора штатного персонала структурного подразделения внутреннего контроля с использованием утвержденных в установленном порядке критериев; навыками разработки предложений по совершенствованию системы мотивации сотрудников структурного подразделения внутреннего контроля; навыками подготовки заданий на проведение контрольных мероприятий по внутреннему контролю, по формированию информационной базы, отражающей работу объекта внутреннего контроля, и по ее анализу.

В результате освоения компетенции ПК-7 обучающийся должен:

знать: методы проведения исследований; направления развития соответствующего вида экономической деятельности; научные проблемы по тематике проводимых исследований;

уметь: оформлять результаты научно-исследовательских работ; применять методы анализа результатов исследований;

владеть: навыками разработки планов проведения исследований по определенной тематике; навыками организации сбора и изучения научно-технической информации по теме; навыками проведения анализа и теоретического обобщения научных данных в соответствии с задачами исследования.

В результате освоения компетенции ПК-8 студент должен:

знать: классификации товаров и услуг на потребительских рынках и рынках организаций; методы измерения частных показателей и оценки различных уровней качества товаров и услуг на потребительских рынках и рынках организаций;

уметь: измерять частные показатели и оценивать нормативный, технический и технико-экономический уровни качества промышленных и потребительских товаров;

владеть: механизмом выбора методов измерения показателей качества товаров и услуг исходя из поставленных целей организации.

В результате освоения компетенции ПК-9 студент должен:

знать: сущность понятий «конкуренция», «конкурентное преимущество», их виды и факторы влияния; сущность понятий «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность предприятия» и методы оценки их уровня; рынки промышленных товаров, объекты и методы маркетинговых исследований на них, в т.ч. с использованием современных цифровых технологий.

уметь: устанавливать и измерять определяющие показатели и их весомости в обобщенной оценке конкурентоспособности товара и предприятия; оценивать уровень конкурентоспособности товара и предприятия исходя из целей организации;

владеть: навыками анализа конкурентоспособности товара и предприятия с целью изыскания резервов ее повышения.

В результате освоения компетенции ПК-10 студент должен:

знать: виды концепций маркетинга и их взаимосвязь с системой управления маркетингом на предприятии; современную социально-экономическую ситуацию страны и основные проблемы, и пути их решения для предприятий базовых отраслей Донбасса; методы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия и пути ее повышения;

уметь: собирать, обрабатывать информацию, рассчитывать экономические показатели, необходимые для разработки концепций маркетинга предприятия; владеть: навыками участника коллективного труда как в качестве исполнителя, так и руководителя при выработке и реализации управленческих решений по отдельным процедурам и процессам маркетинговой деятельности предприятия.

В результате освоения компетенции ПК-11 студент должен:

знать: состав элементов ценовой политики предприятия и основные факторы, на нее влияющие; принципы формирования ценовой политики на различных рынках; ценовые цели и стратегии, методы ценообразования на промышленные и потребительские товары; понятие, функции и состав комплекса маркетинговых коммуникаций; способы стимулирования сбыта товаров, в т.ч. на рынках организаций;

уметь: участвовать в разработке ценовых целей и стратегий исходя из приоритетных экономических и маркетинговых целей предприятия; собирать исходные данные по факторам, формирующим ценовую политику, и разрабатывать проекты цен; выбирать эффективные средства и инструменты маркетинговых коммуникаций и участвовать в их реализации (прямом маркетинге, pr-кампании и др.); разрабатывать рекламные предложения и бюджет;

владеть: навыками организации индивидуального и коллективного труда по реализации процедур и процессов ценовой и коммуникационной политики предприятия на рынках промышленных товаров и услуг.

#### **Формирование компетенций в результате поэтапного прохождения практики**

Этапы практики	Код компетенции
Подготовительный	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-8, УК-9, УК-10
Основной	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6
Завершающий	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11

#### **6 ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ**

По результатам прохождения производственной практики: преддипломная обучающийся представляет на кафедру следующие документы:

дневник практики, включающий в том числе и отзыв руководителя практики от предприятия, заверенный его подписью и печатью предприятия;

сброшюрованный отчёт о результатах прохождения практики, включающий в том числе и результаты выполнения индивидуального задания. Отчет должен быть заверен подписью руководителя практики от предприятия и печатью предприятия.

Текст отчета должен включать следующие основные структурные элементы:

1. Титульный лист.
2. Оценочный лист отчёта по производственной практике: преддипломная.
3. Индивидуальный план практики.
4. Введение, в котором указываются: цель, задачи, место, дата начала и продолжительность практики.
5. Основная часть, содержащая: перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики, анализ полученных результатов и предложения по улучшению экономической и маркетинговой деятельности предприятия.
6. Заключение (выводы), включающее: описание навыков и умений, приобретенных в процессе практики; анализ возможности внедрения результатов практики, их использования для разработки нового или усовершенствованного продукта или технологии; индивидуальные выводы о практической значимости проведенной работы.
7. Список использованных источников (перечень ссылок).
8. Приложения, которые могут включать: иллюстрации в виде фотографий, графиков, рисунков, схем, таблиц; листинги разработанных и использованных программ; промежуточные расчеты.

Защита отчёта по результатам прохождения производственной практики: преддипломная проводится перед комиссией в установленные сроки. Защита включает в себя выступление обучающегося с информацией о проделанной работе, результаты которой выносятся на презентацию, а также ответы на вопросы членов комиссии.

Форма аттестации – дифференцированный зачёт.

## **7 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ**

### **7.1 Примерная тематика индивидуальных заданий**

1. Разработка стратегии организации по формированию общественного мнения.
2. Организация деятельности отдела рекламы и пути ее совершенствования.
3. Разработка рекомендаций по применению результатов маркетингового исследования для обоснования ценовой политики предприятия.
4. Исследование рынка сбыта продукции предприятия.
5. Организация маркетинговых исследований на предприятии и пути ее совершенствования.
6. Разработка рекомендаций по использованию бенчмаркинга как эффективного направления маркетингового анализа рынка.
7. Исследование этапов жизненного цикла продукта и управление портфелем заказов на товары и услуги в маркетинговой практике (на примере конкретного товарного ассортимента).
8. Исследование жизненного цикла товара на предприятии и разработка мероприятий по его продлению.
9. Разработка направлений по совершенствованию маркетинговой деятельности при формировании товарной политики предприятия.
10. Оценка ассортиментной политики предприятия и направления ее совершенствования.
11. Мерчандайзинг как эффективный инструмент управления товарными категориями.

12. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности продукции и пути ее повышения.
13. Маркетинговая логистика в деятельности современной организации.
14. Информационное обеспечение системы материально-технического снабжения предприятия.
15. Имитационное моделирование производственных (сбытовых) запасов предприятия.
16. Организация хозяйственных связей предприятия с поставщиками (с потребителями) и пути их совершенствования.
17. Разработка стратегии брендинга организации (продукции организации).
18. Оценка и выбор маркетинговых стратегий для различных сегментов рынка.
19. Разработка мероприятий по созданию фирменного стиля предприятия.
20. Оценка эффективности организации сервисной деятельности предприятия и разработка рекомендаций по ее совершенствованию.
21. Управление разработкой нового товара и стратегия его продвижения на рынке.
22. Оценка конкурентоспособности нового продукта на этапе его разработки и планирования вывода на рынок.
23. Сегментация рынка и позиционирование товара при разработке новых видов продукции.
24. Использование инструментов маркетинга в экспортной политике предприятия.
25. Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования на предприятии.
26. Разработка программы стимулирования сбыта продукции предприятия.
27. Прогнозирование объема сбыта продукции предприятия и оценка его эффективности.
28. Совершенствование комплекса маркетинга предприятия.
29. Формирование и обоснование маркетингового бюджета предприятия.
30. Анализ факторов, определяющих ценовую политику предприятия.

При выполнении индивидуального задания должны быть учтены общие требования, предъявляемые к структуре и полноте раскрытия исследуемого вопроса и предложены мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия в данном направлении.

## **7.2 Вопросы и контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики**

Каким образом можно повысить эффективность своей профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда? Обоснуйте ответ.

Какие Вам известны способы определения и реализации приоритетов собственной деятельности и ее совершенствования на основе самооценки. Охарактеризуйте их.

Охарактеризуйте суть современных методов принятия маркетинговых решений на продвинутом уровне с использованием возможностей информационных систем и компьютерных технологий.

Как можно применять современные технологии, методические приемы и программные продукты, предназначенные для решения маркетинговых задач

Охарактеризуйте целесообразность применения современных технологических и методических приемов и программных продуктов при решении маркетинговых задач.

Какие навыки обобщения, критического анализа и оценки эффективности принятия маркетинговых решений Вы приобрели при прохождении практики?

Охарактеризуйте степень корпоративной социальной ответственности предприятия, на котором Вы проходили практику?

Как планируются социальные характеристики маркетинговых решений и производится обоснование их рациональности с позиций интересов членов трудового коллектива предприятия?



Какие Вам известны современные технологии, методические приемы и процедуры принятия экономически обоснованных маркетинговых решений? Дайте им характеристику.

Как можно обосновать правильность принятого маркетингового решения и как оно должно защищаться в дискуссионной научной среде?

### **7.3 Рекомендуемые вопросы для подготовки к защите отчёта по результатам прохождения производственной практики: преддипломная**

1. Какие формы деловых отношений имеют место при закупке товаров производственного назначения на Вашем предприятии? Считаете ли Вы их правильными?

2. Для каких целей и как при разработке спецификации продукта используется функционально- стоимостный анализ? Используется ли он на Вашем предприятии? Насколько это необходимо?

3. Какими методами Ваша фирма производит поиск товаров, которые нужны ей для организации своего производства? Поиск потенциальных потребителей своей продукции? Каким образом она осуществляет отбор поставщиков товаров? Отбор потребителей?

4. Что собой представляют заказ - спецификация и заказ - предложение? Кем и при каких обстоятельствах они составляются на Вашем предприятии? Какие сведения приводятся в этих документах?

5. Для каких целей проводится рейтинг поставщиков? Кем? По каким критериям оцениваются поставщики при разных типах закупочных ситуаций? Приведите форму рейтинга поставщика, используемую на Вашем предприятии.

6. Что такое карта ранжирования поставщиков промышленных товаров? Как и кем она составляется? В каких случаях? На каком этапе закупки товара? Как и для каких целей она используется на Вашем предприятии?

7. Приведите классификацию критериев, которые используются при принятии решений о закупке товара промышленного назначения. Чем они отличаются от критериев, которые используются для товаров конечного потребления?

8. По каким признакам классифицируют промышленные услуги? Какая классификация наиболее подходит для промышленного маркетинга? Каким факторам маркетингологи Вашего предприятия наиболее часто уделяют внимание при заключении договоров по услугам?

9. В каких случаях при принятии решения о закупке товара Ваша фирма изучает вопрос целесообразности его производства на своих производственных площадях? Какие производственные факторы при этом анализируются? Какие аргументы свидетельствуют о целесообразности производства товара на своих площадях?

10. К каким типам закупочных ситуаций могут относиться:

а) приобретение фирмой нового оборудования?

б) приобретение полуфабрикатов для производственного процесса?

в) текущее пополнение запасов материалов?

г) изучение вопроса целесообразности включения в круг поставщиков новой фирмы. Ответ аргументируйте.

11. Что представляют собой контракт и договор на поставку товаров промышленного назначения? Когда каждый из этих документов заключается? В чем они сходны и какие между ними расхождения? Заключаются ли они на Вашем предприятии?

12. Что представляет собой закупочный центр? Для каких целей и при каких обстоятельствах он образуется на предприятии? Кто включается в его состав? Чем обосновывается включение в его состав специалистов-представителей разных отделов предприятия? Создавались ли закупочные центры на Вашем предприятии? Насколько грамотно они были сформированы?

13. На примере приобретения оборудования информационной компьютерной сети охарактеризуйте участие и весомость влияния разных подразделений фирмы - заказчика на принятие решения о закупке. Какие вопросы в ходе приобретения товара каждое из подразделений решает?

14. Каким образом уровень технологических изменений в отрасли может повлиять на процесс формирования закупочного центра в организации - потребителе? Как на это может повлиять смена первого руководителя фирмы?

15. Что представляют собой маркетинговые исследования на рынке товаров производственного назначения? Какие типичные этапы включает маркетинговое исследование? Охарактеризуйте их сущность.

16. Как планируется выборочное маркетинговое исследование? Какие типичные этапы оно включает? Как оценить стоимость маркетингового исследования?

17. В каких основных направлениях осуществляется комплексное исследование рынка товаров промышленного назначения? Какие вопросы изучаются при исследовании рынка?

18. Какие методы прогнозирования перспективного спроса на товар использует Ваша фирма? Дайте им характеристику.

19. Какие внутренние факторы влияют на процесс ценообразования? Охарактеризуйте их влияние на установление уровня цен на товар на вашем предприятии.

20. Какие стратегии ценообразования использует Ваша фирма? Объясните сущность каждой стратегии и область эффективного использования.

#### **7.4 Критерии оценивания**

Итоговое оценивание результатов прохождения производственной практики: преддипломная обучающимся складывается из оценивания основных видов работ, предусмотренных программой практики. К учету принимаются следующие составляющие:

- содержание и качество оформления отчета по практике;
- качество ответов на вопросы по программе практики;
- качество выполнения индивидуального задания.

Оценивание проводится в форме семестрового дифференцированного зачета в соответствии с «Положением об организации учебного процесса в Донецком национальном техническом университете», утвержденному Приказом ДОННТУ от 02.05.2018 г. № 337-14.

Характеристика результатов прохождения обучающимся преддипломной практики по принятой в ГОУВПО «ДОННТУ» системе оценивания имеет вид:

«Отлично» А (90-100) – содержание и оформление отчета по практике полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристика практиканта положительная, ответы на вопросы по программе практики полные и точные, индивидуальное задание выполнено без замечаний.

«Хорошо» В (80-89) – выполнены основные требования к прохождению практики при наличии несущественных замечаний по содержанию и форме отчета, характеристика практиканта положительная, в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания, индивидуальное задание выполнено с незначительными замечаниями.

«Хорошо» С (75-79) – знания и приобретенные практические навыки обучающегося удовлетворяют основным требованиям уровня В, характеристика практиканта положительная, в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает неточности, но в целом, демонстрирует достаточно хорошие знания, выполненное индивидуальное задание имеет незначительные замечания.

«Удовлетворительно» D (70-74) – изложение материала в отчёте достаточно полное, но имеют место отдельные погрешности, характеристика практиканта положительная, в ответах на вопросы обучающийся не всегда демонстрирует понимание связи теоретического материала с практическими вопросами, по индивидуальному заданию имеются отдельные замечания.

«Удовлетворительно» E (60-69) – имеются замечания по полноте изложения и оформлению материала в отчёте, характеристика практиканта положительная, при ответах на вопросы студент допускает ошибки, индивидуальное задание выполнено с замечаниями.

«Неудовлетворительно» FX (35-59) – в отчете освещены не все разделы программы практики, выявлены значительные пробелы в усвоении основного программного материала,

неумение пользоваться теоретическими знаниями на практике, по индивидуальному заданию имеются существенные замечания.

«Неудовлетворительно» F (0-34) – отчет по результатам прохождения практики неполный, с существенными замечаниями по изложенному материалу, на вопросы обучающийся не дает удовлетворительных ответов, индивидуальное задание не выполнено.

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

## **8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

### **8.1 Основная литература**

1. Лучшие практики в образовании и профориентации Президентской академии : сборник методических материалов и статей / И. А. Газиева, А. А. Бурашникова, Е. Н. Потапова [и др.] ; под редакцией И. А. Газиевой. — Москва : Дело, 2021. — 182 с. — ISBN 978-5-85006-380-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124074.html>.

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83143.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Складорова, Ю. М. Инвестиции [Электронный ресурс] : [учебник] / Ю. М. Складорова, И. Ю. Складоров, Л. А. Латышева. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2018. URL: <http://ed.donntu.org/books/20/cd9809.pdf> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **8.2. Дополнительная литература**

4. Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81021.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Катаев, А. В. Digital-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100169.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **8.3 Учебно-методические издания, разработанные в ГОУВПО «ДОННТУ»**

7. Методические рекомендации по выполнению дисциплины «Производственная практика: преддипломная» [Электронный ресурс] : для обучающихся всех форм обучения по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль - Промышленный маркетинг / ГОУВПО «ДОННТУ», каф. экономики и маркетинга ; сост. Э.И.Полякова — Электрон. дан. (1 файл: 335 Кб). — Донецк : ДОННТУ, 2022. — Систем. требования: Acrobat Reader. — Режим доступа: (личный кабинет студента).

### **Электронно-информационные ресурсы**

ЭБС ДОННТУ – <http://donntu.org/library>

ЭБС IPRBOOK – <http://www.iprbookshop.ru>

### Internet-ресурсы

Журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента»  
<https://www.iprbookshop.ru/98831.html>

Международный рецензируемый журнал «Стратегические решения и риск менеджмент»  
<https://www.iprbookshop.ru/106296.html>

Научно-практический рецензируемый журнал «Экономика науки»  
<https://www.iprbookshop.ru/87362.html>

Научно-практический рецензируемый журнал «Регион: системы, экономика, управление» <https://www.iprbookshop.ru/120942.html>

Научно-практический рецензируемый журнал «Минеральные ресурсы России. экономика и управление» <https://www.iprbookshop.ru/17112.html>

«Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием». <http://www.marketing-mba.ru/>.

Профессиональный журнал «Маркетолог». <http://www.marketolog.ru/>.

## 9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

1. Учебная аудитория №3.111, учебный корпус 3, для проведения занятий лекционного и типа, для проведения производственной практики: преддипломной, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель: доска аудиторная, парты, демонстрационные стенды, плакаты, макеты. Мультимедийное оборудование: ноутбук, UBUNTU (бесплатная версия 18.04), OpenOffice (бесплатная версия 4.1.6), проектор, экран для PC-проектора.

2. Компьютерный класс №3.104, учебный корпус 3, для проведения занятий лекционного и практического типа, для проведения производственной практики: преддипломной, текущего контроля и промежуточной аттестации. Мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор; экран для PC-проектора. Специализированная мебель: доска аудиторная, столы компьютерные, демонстрационные стенды и плакаты. Компьютеры с выходом в сеть AMD Sempron 2,7 Ghz, iCeleron 1.8 Ghz, Celeron 430 BOX 1,8 Ghz, мониторы: LG1940S 18,5", Windows XP Professional x64 (академическая подписка DreamSparkPremium), LibreOffice (бесплатная версия 6.3.0), ProjectLibre (Common Public Attribution License version 1.0), Deductor Studio Academic 5.2.0.89 (бесплатная образовательная версия), QM for Windows (бесплатная образовательная версия).

3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 2, 3 (Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ДОННТУ) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств. ОС- Microsoft Windows 7, OpenOffice 2.0.3 – общественная лицензия MPL 2.0/ Grub loader for ALT Linux - лицензия GNU LGPL v3/ Mozilla Firefox - лицензия MPL2.0, Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) - лицензия GNU GPL.

4. Базы практики:

4.1. Государственное унитарное предприятие «Донецкая угольная энергетическая компания» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики);

4.2. Государственное унитарное предприятие Донецкой Народной Республики «МАКЕЕВУГОЛЬ» (помещение, оборудование, приборы и инструменты, компьютерная техника базы практики).