

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



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

А. А. Каракозов
Ф.И.О.

« 31 » марта 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.01(Пд) Производственная практика: преддипломная

(код и наименование практики согласно учебному плану)

Направление подготовки: 38.04.02 – Менеджмент
(код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность: Маркетинг
(наименование профиля / магистерской программы / специализации)

Программа: магистратура
(бакалавриат, магистратура, специалитет)

Форма обучения: очная, заочная
(очная, заочная, очно-заочная)

Форма обучения	Очная	Заочная
Семестр	4	5
Общая трудоёмкость в з.е./неделях	9/6	9/6
Контактная работа (час.)	6	6
Самостоятельная работа (час.)	318	318
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 38.04.02 - *Менеджмент* (направленность «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 38.04.02 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 ПРАКТИКИ

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

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: содержание основных категорий и этапов планирования деятельности промышленного предприятия; виды стратегий корпоративного управления, управления бизнес-процессами, подразделениями, проектами и сетями; программы организационного развития, модели управления изменениями в компании; требования к планированию, организации и проведению научного исследования, виды и типологические особенности теоретических, экспериментальных, сравнительно-аналитических методов, используемых в рамках научного исследования; методы сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования; современные методы принятия маркетинговых решений на продвинутом уровне с использованием возможностей информационных систем и компьютерных технологий; сущность корпоративной социальной ответственности предприятия, механизмы ее реализации в маркетинге, этические проблемы и способы их решения в отношениях с субъектами рынка; подходы и методы исследования маркетинговых проблем и обоснования целесообразности принятия маркетинговых решений на продвинутом уровне;

уметь: управлять группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; применять современные модели управления; разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов в деятельности организации; ставить задачи по проведению научных исследований в соответствии с разработанной программой; систематизировать информацию, готовить обзоры и отчеты по теме исследования; применять современные технологии, методические приемы и программные продукты, предназначенные для решения маркетинговых задач; планировать социальные характеристики маркетинговых решений и обосновывать их рациональность с позиций интересов разных социумов; использовать современные технологии, методические приемы и процедуры принятия экономически обоснованных маркетинговых решений;

владеть: способностью разрабатывать программы развития трудового коллектива и изменений в нем и обеспечивать их реализацию; аналитическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; методологией экономического исследования, методами и приемами анализа экономических и управленческих процессов; навыками обобщения и критической оценки представленных результатов исследования; способами и приемами отбора инструментальных средств для обработки экономической информации в соответствии с поставленными задачами; навыками обобщения, критического анализа и оценки эффективности принятия маркетинговых решений; практиками реализации маркетинга отношений и социально-ответственного маркетинга при решении социальных и этических проблем в маркетинге; навыками выявления предмета маркетинговых проблем, формулировки маркетинговых понятий и решений и их защиты в дискуссионной научной среде.

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

ПК-1 – способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.

ПК-2 – способен разрабатывать корпоративную стратегию, программы устойчивого развития субъекта хозяйствования и обеспечивать их реализацию в условиях компании.

ПК-5 – способен применять современные методы и средства проектного менеджмента, возможности информационных систем и компьютерных технологий для поддержки принятия маркетинговых решений и достижения маркетинговых целей.

ПК-6 – способен реализовывать принципы корпоративной социальной ответственности в маркетинговой деятельности предприятия.

ПК-3 – способен к организации проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований.

ПК-4 – способен анализа результатов научных исследований: сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования.

ПК-7 – способен выявлять предмет, формулировать гипотезу, цель, задачи и вырабатывать ожидаемые результаты в области исследования маркетинговых проблем.

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 заменить 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 4 семестре при очной форме обучения и в 5 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 38.04.02 – Менеджмент для 2023 года приема.

Общая трудоёмкость практики составляет 9 з.е. (324 часа). Практика проводится на протяжении 6 недель.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ, выполняемых обучающимся под руководством преподавателя и самостоятельно (часов; дней)	Формы текущего контроля
4 семестр/ 5 семестр			
1	Подготовительный	Выбор места прохождения практики (при необходимости заключение индивидуального договора о прохождении практики на предприятии), ознакомление с	Контроль правильности оформления документов по

		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. (36/36 ч; 5/5 дней)	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 подразделения и всей организации в целом. 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. Сбор статистических данных для выполнения выпускной квалификационной работы. Выполнение индивидуального задания по направлению подготовки, выданного научным руководителем выпускной квалификационной работы в вузе. Выполнение заданий, выдаваемых практиканту руководителем практики от предприятия. Ознакомление с постановкой научно-исследовательской деятельности на предприятии. (264/264 ч; 33/33 дня)	Проверка заполнения дневника практики. Проверка промежуточных отчетов (результатов). Проверка выполнения контрольных заданий с целью текущего оценивания приобретенных обучающимся знаний, умений и навыков.
5	Завершающий	Систематизация материалов по практике, составление и оформление отчёта по практике в соответствии с предъявляемыми требованиями. Подготовка доклада и презентации по результатам прохождения практики (24/24 ч; 3/3 дня)	Защита отчёта по практике

5 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

В результате освоения компетенции ПК-1 обучающийся должен:

знать содержание основных категорий и этапов планирования деятельности промышленного предприятия;

уметь управлять группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;

владеть способностью разрабатывать программы развития трудового коллектива и изменений в нем и обеспечивать их реализацию;

В результате освоения компетенции ПК-2 обучающийся должен:

знать виды стратегий корпоративного управления, управления бизнес-процессами, подразделениями, проектами и сетями; программы организационного развития, модели управления изменениями в компании;

уметь применять современные модели управления; разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения с учетом многообразия проблем и ситуационных факторов в деятельности организации;

владеть аналитическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач; методологией экономического исследования, методами и приемами анализа экономических и управленческих процессов

В результате освоения компетенции ПК-3 студент должен:

знать требования к планированию, организации и проведению научного исследования, виды и типологические особенности теоретических, экспериментальных, сравнительно-аналитических методов, используемых в рамках научного исследования;

уметь ставить задачи по проведению научных исследований в соответствии с разработанной программой

владеть навыками обобщения и критической оценки представленных результатов исследования;

В результате освоения компетенции ПК-4 студент должен:

знать методы сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования;

уметь систематизировать информацию, готовить обзоры и отчеты по теме исследования;

владеть способами и приемами отбора инструментальных средств для обработки экономической информации в соответствии с поставленными задачами;

В результате освоения компетенции ПК-5 обучающийся должен:

знать современные методы принятия маркетинговых решений на продвинутом уровне с использованием возможностей информационных систем и компьютерных технологий;

уметь применять современные технологии, методические приемы и программные продукты, предназначенные для решения маркетинговых задач;

владеть навыками обобщения, критического анализа и оценки эффективности принятия маркетинговых решений;

В результате освоения компетенции ПК-6 обучающийся должен:

знать сущность корпоративной социальной ответственности предприятия, механизмы ее реализации в маркетинге, этические проблемы и способы их решения в отношениях с субъектами рынка;

уметь планировать социальные характеристики маркетинговых решений и обосновывать их рациональность с позиций интересов разных социумов;

владеть практиками реализации маркетинга отношений и социально-ответственного маркетинга при решении социальных и этических проблем в маркетинге;

В результате освоения компетенции ПК-7 обучающийся должен:

знать подходы и методы исследования маркетинговых проблем и обоснования целесообразности принятия маркетинговых решений на продвинутом уровне;

уметь использовать современные технологии, методические приемы и процедуры принятия экономически обоснованных маркетинговых решений;

владеть навыками выявления предмета маркетинговых проблем, формулировки маркетинговых понятий и решений и их защиты в дискуссионной научной среде;

Формирование компетенций в результате поэтапного прохождения практики

Этапы практики	Код компетенции
Подготовительный	ПК-1, ПК-2
Основной	ПК-3, ПК-4
Завершающий	ПК-5, ПК-6, ПК-7

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 отчет 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. Пономарёв И. Ф., Полякова Э. И. Методология научных исследований / И. Ф. Пономарев, Э. И. Полякова – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. – 216 с. ISBN 978-5-9729-1430-2 <https://infra-e.ru/products/978-5-9729-1430-2>.

2. 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>.

3. 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

4. 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

5. 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.

6. 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

7. 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»

8. Методические рекомендации по выполнению дисциплины «Производственная практика: преддипломная» [Электронный ресурс] : для обучающихся всех форм обучения по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» / ГОУВПО «ДОННТУ», каф. экономики и маркетинга ; сост. Э.И.Полякова – Электрон. дан. (1 файл: 335 Кб). – Донецк : ДОННТУ, 2023. – 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 РС-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 РС-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).