

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 67DDD7B808F801BCE954ABD11F939A51
Владелец: КАРАКОЗОВ АРТУР АРКАДЬЕВИЧ

Действителен: с 15.05.2023 до 07.08.2024

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

А. А. Каракозов

Учебная практика
Б2.В.01.01(У) Ознакомительная практика
рабочая программа практики

Кафедра: **Экономика и маркетинг**

Направление подготовки: **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) / **Маркетинг**
специализация:

Уровень высшего
образования: **Магистратура**

Форма обучения: **заочная**

Общая трудоемкость: **3 з.е.**

Составитель(и):
Кравченко А.А.
Горовенко В.А.

Донецк, 2024 г.

Рабочая программа практики: «Ознакомительная практика»:

разработана в соответствии с ФГОС ВО: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952);

составлена в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) / специализация «Маркетинг» для 2024 года приёма, заочная форма обучения.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель:	Приобретение практических и профессиональных навыков самостоятельной работы; закрепление у обучающегося первичных знаний, полученных в процессе теоретического обучения, сбора и анализа данных по направлению исследования; развитие и углубление компетенций, обеспечивающих эффективную деятельность будущих специалистов по направлениям менеджмента; сбор материалов для магистерской диссертации, глубокое изучение научной проблемы, выделение особенностей проблематики исследования и формирование у магистров навыков ведения самостоятельного научного исследования; раскрытие личностных качеств обучающегося как самостоятельного «лидера-исследователя».
Задачи:	
1.1	обоснование выбора и выявление основных источников информации, процедур, приемов и методов при исследовании данных относящихся к выбранной тематике интересов обучающегося;
1.2	обобщение и систематизация основных подходов к теоретическому осмыслению проблематики исследования и раскрытие их содержания;
1.3	получение обновленных сведений, связанных с организацией и содержанием управленческой деятельности в организации;
1.4	сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, уточнение методов и средств решения задач исследования;
1.5	проводить мониторинг законодательства и нормативно-правовых актов, регулирующих процедуры реализации выбранной тематики исследования; сформировать отчет по учебной практике как итог самостоятельного исследования.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1.	Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 Практика учебного плана.
2.2. Связь с предшествующими дисциплинами (модулями), практиками:	
2.2.1.	Стратегический маркетинг
2.2.2.	Информационные системы и технологии в маркетинге
2.2.3.	Рекламный менеджмент
2.2.4.	Методология и методы научных исследований
2.2.5.	Патентные исследования и защита интеллектуальной собственности
2.3. Связь с последующими дисциплинами (модулями), практиками, ГИА:	
2.3.1.	Экономическое обоснование маркетинговых решений
2.3.2.	Маркетинг территорий
2.3.3.	Маркетинговый анализ (продвинутый уровень)
2.3.4.	Цифровой маркетинг
2.3.5.	Управление маркетингом
2.3.6.	Социально-этические аспекты маркетинга

3. ВИД ПРАКТИКИ, ФОРМА И СПОСОБ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

3.1. Вид практики: учебная

3.2. Тип практики:

3.3. Форма проведения практики: дискретно

3.4. Способ проведения практики: нет

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ВИДЫ КОНТРОЛЯ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ

4.1. Распределение часов, отведенных на прохождении практики, на виды работ

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого		
			Недель	УП	РП
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	
Контактная работа (консультации и контроль)	24	24	24	24	
Контактная работа	24	24	24	24	
Сам. работа	84	84	84	84	
Итого	108	108	108	108	

4.2. Сроки проведения практики устанавливаются приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным графиком.

4.3. Виды контроля: зачёт с оценкой 2 сем.

4.4. Формы отчетности:

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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

ПК-1.1: Способен обосновать модель построения оптимальной структуры маркетинга на промышленном предприятии, организовать систему контроля подразделений маркетинга, ревизию и аудит организации маркетинга на промышленном предприятии

ПК-4: Способен анализировать результаты научных исследований: сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования

ПК-4.1: Способен успешно осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по патентным исследованиям и защите интеллектуальной собственности

УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-1.1: Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними, осуществляет поиск вариантов решений и путей дальнейшего исследования

УК-1.2: Анализирует научно-техническую проблему, выявляет и формулирует научные задачи, ставит цели и выбирает методы исследования

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр	Часов	Индикаторы достижения компетенций	Литература
		Раздел 1. Организационный				
1.1	КРКК	Участие в организационном собрании; получение дневника практики; получение индивидуального задания от руководителя практики и определение структуры представляемого отчета; проведение инструктажа руководителем практики от кафедры, в т.ч. по технике безопасности.	2	22	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
		Раздел 2. Основной				
2.1	Ср	Обоснование выбора и выявление основных источников информации, процедур, приемов и методов при исследовании данных относящихся к выбранной тематике в соответствии с индивидуальным заданием;	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.2	Ср	изучение специальной научной литературы, нормативных документов, других актуальных публикаций по проблеме индивидуального задания;	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

2.3	Cр	использование обобщающих методологий для определения степени изученности исследуемой проблемы в соответствии с индивидуальным заданием;	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	Cр	формирование обзоров критической оценки к результатам исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; (8 часов/1 день) консультации с руководителями от кафедры и/или предприятия;	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.5	Cр	мониторинг законодательства и нормативно - правовых актов, регулирующих процедуры реализации вы-бранной тематики исследования;	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.6	Cр	формирование отчета по учебной практике как итога самостоятельного исследования	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 3. Заключительный						
3.1	Cр	Оформление дневника практики; оформление отчета;	2	12	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.2	КРКК	защита отчета.	2	2	УК-1.1 УК-1.2 ПК-1.1 ПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ВАРИАНТЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

7.1. Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

1. История развития выпускающей кафедры.
2. Организационно-правовая форма организации факультета.
3. Форма собственности предприятия.
4. Перечень продукции, выпускаемой на предприятии или услуг, оказываемых организацией.
5. Режим работы организации.
6. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
7. Размер уставного капитала.
8. Основные учредители/держатели акций.
9. Схема организационной структуры организации.
10. Тип оргструктуры.
11. Преимущества и недостатки анализируемой оргструктуры.
12. Методика проведения PEST анализ.
13. Какие факторы внешней среды, которые оказывают существенное влияние на деятельность организации и изменение ее стратегической позиции.
14. Пятифакторная модель М.Портера на примере анализируемой организации.
15. Карта стратегических групп для позиционирования конкурентов.
16. Перечень наиболее важных для деятельности предприятия угроз и возможностей внешней среды.
17. Охарактеризовать особенности развития отрасли, к которой относится предприятие.
18. Оценить особенности и интенсивность конкуренции.
19. Охарактеризовать основных потребителей продукции (работ, услуг) предприятия.
20. Охарактеризовать основных поставщиков предприятия.
21. Оценить соответствие количества подчиненных на каждом уровне управления организации норме управляемости.
22. Характеристика состояния добывающей и обрабатывающей отраслей и анализ маркетинговой среды организации.
23. Провести анализ факторов, влияющих на формирование организационной структуры.
24. Оценить преимущества и недостатки анализируемой организационной структуры.
25. Провести анализ функций выбранного подразделения организации.
26. Сделать заключение о рациональности организационной структуры рассматриваемого подразделения.

27. Предложить возможные варианты реорганизации управления, регламентации деятельности должностных лиц в организации с учетом ее специфики.

7.2. Варианты заданий на практику

Студенты выполняют индивидуальные задания по следующим рекомендуемым тематикам:

Анализ направлений научной деятельности кафедры.

Разработка сценариев проведения деловых игр, онлайн-конференций и других инновационных форм занятий.

Изучение отечественного и зарубежного опыта подготовки специалистов с высшим управленческим образованием.

Организация и проведение семинарских и практических занятий.

Разработка маркетинговой стратегии предприятия/ВУЗа.

Международные маркетинговые исследования.

Исследования предпочтений потребителей инновационных продуктов ВУЗа.

Разработка коммуникационной стратегии организации.

Оценка экономической эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Разработка стратегии интернет-активности предприятия.

7.3. Критерии оценивания

Практика (дифференцированный зачет)

Обучающийся выполняет отчет по практике в срок, установленный приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным планом.

По результатам защиты отчета по практике обучающемуся выставляются следующие оценки:

«Отлично» – задание на практику выполнено без замечаний; содержание и оформление отчёта по результатам прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям; характеристика практиканта положительная; ответы на вопросы по программе практики полные и точные, при защите отчета обучающийся демонстрирует отличную теоретическую подготовку;

«Хорошо» – задание на практику выполнено с незначительными замечаниями; выполнены основные требования к прохождению практики при наличии несущественных замечаний по содержанию и форме отчёта по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает неточности, но в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания, демонстрирует хорошую теоретическую подготовку;

«Удовлетворительно» – задание на практику выполнено с замечаниями; имеются замечания по полноте изложения и оформлению материала в отчёте по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; при ответах на вопросы обучающийся допускает ошибки, демонстрирует слабую теоретическую подготовку;

«Неудовлетворительно» – задание на практику не выполнено либо имеются существенные замечания; обучающийся не предоставил отчет по результатам прохождения практики или отчет неполный, с существенными замечаниями по изложенному материалу; при защите отчета выявлены значительные пробелы в усвоении основного программного материала и неумение пользоваться теоретическими знаниями на практике, обучающийся не владеет необходимыми теоретическими знаниями, на вопросы удовлетворительных ответов не дает.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1. Рекомендуемая литература

Л1.1	Тропынина, Н. Е., Куликова, О. М. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 142 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/102923.html
Л1.2	Лунева, Е. А., Реброва, Н. П. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Прометей, 2021. - 164 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/125686.html
Л1.3	Плохих, Ю. В., Храпова, Е. В., Кулик, Н. А., Чижик, В. П., Харина, Л. И. Промышленные технологии и инновации [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. - 139 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/128988.html
Л1.4	Кравченко, А. А., Полякова, Э. И., Надточная, Т. Б., Костюк, И. С., Виноградов, А. Г., Горовенко, В. А., Миненкова, Р. Г. Теоретико-методологические основы организации и управления маркетингом промышленного предприятия в условиях цифровизации экономики [Электронный ресурс]:монография. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. - 136 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/133023.html
Л2.1	Позднякова, Ж. С., Алферова, Л. В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 235 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/81483.html
Л2.2	Шамис, В. А., Левкин, Г. Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. - 174 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/124747.html
Л2.3	Синяева, И. М., Земляк, С. В., Синяев, В. В., Дацкова, Л. П. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дацков и К, 2019. - 266 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/85276.html
Л3.1	Полякова Э. И. Методические указания к организации и проведению учебной практики: ознакомительной [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]:для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" (направленность "Маркетинг") всех форм обучения. - Донецк: ДонНТУ, 2023. - 1 файл – Режим доступа: http://ed.donntu.ru/books/23/m9164.pdf

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента»
Э2	Международный рецензируемый журнал «Стратегические решения и риск менеджмент»
Э3	Научно-практический рецензируемый журнал «Экономика науки»
Э4	Научно-практический рецензируемый журнал «Регион: системы, экономика, управление»
Э5	Научно-практический рецензируемый журнал «Минеральные ресурсы россии. экономика и управление»
8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	
8.3.1	«OpenOffice 2.0.3 – общественная лицензия MPL 2.0
8.3.2	Grub loader for ALT Linux - лицензия GNU LGPL v3
8.3.3	Mozilla Firefox - лицензия MPL2.0
8.3.4	Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) - лицензия GNU GPL»
8.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
8.4.1	ЭБС IPR SMART
8.4.2	ЭБС ДОННТУ

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

9.1.	Материально-техническое обеспечение ФГБОУ ВО "ДонНТУ":
9.1.1.	Аудитория 9.206 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных и практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации : парты 3-х местные, стол аудиторный, стул аудиторный, доска аудиторная

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 67DDD7B808F801BCE954ABD11F939A51
Владелец: КАРАКОЗОВ АРТУР АРКАДЬЕВИЧ

Действителен: с 15.05.2023 до 07.08.2024

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

А. А. Каракозов

Производственная практика
Б2.В.02.01(Пд) Преддипломная практика
рабочая программа практики

Кафедра: **Экономика и маркетинг**

Направление подготовки: **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) / **Маркетинг**
специализация:

Уровень высшего
образования: **Магистратура**

Форма обучения: **заочная**

Общая трудоемкость: **9 з.е.**

Составитель(и):
Кравченко А.А.
Горовенко В.А.

Донецк, 2024 г.

Рабочая программа практики: «Преддипломная практика»:

разработана в соответствии с ФГОС ВО: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952);

составлена в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) / специализация «Маркетинг» для 2024 года приёма, заочная форма обучения.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель:	Непрерывное и последовательное овладение навыками профессиональной деятельности, обеспечение готовности к ее осуществлению. Цель преддипломной практики, соотнесена с общими целями ООП ВПО, которые направлены на закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Практическое использование обучающимися приобретенных теоретических знаний, изучение практики деятельности маркетинговых служб, формирование профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных творческих решений, сбор нормативно-справочных и информационных материалов для написания магистерской диссертации.
Задачи:	
1.1	формирование и закрепление навыков и умений выполнения функций специалиста-маркетолога, составляющих содержание профессиональной деятельности;
1.2	получение практических навыков решения задач управления маркетингом на базе теоретических знаний, полученных в период обучения;
1.3	формирование умений использовать современные технологии сбора информации,
1.4	обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, овладение современными методами исследований;
1.5	формирование профессионального мышления и маркетингового подхода к системе управления деятельностью предприятия;
1.6	обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного и творческого потенциала, профессионального мастерства.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1.	Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 Практика учебного плана.
2.2. Связь с предшествующими дисциплинами (модулями), практиками:	
2.2.1.	Стратегический маркетинг
2.2.2.	Информационные системы и технологии в маркетинге
2.2.3.	Организация маркетинговой деятельности на промышленном предприятии
2.2.4.	Маркетинг в инновационной сфере
2.2.5.	Управление рисками
2.2.6.	Маркетинговый анализ (продвинутый уровень)
2.2.7.	Экономическое обоснование маркетинговых решений
2.2.8.	Маркетинг территорий
2.2.9.	Цифровой маркетинг
2.2.10.	Управление маркетингом
2.2.11.	Социально-этические аспекты маркетинга
2.3. Связь с последующими дисциплинами (модулями), практиками, ГИА:	
2.3.1.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. ВИД ПРАКТИКИ, ФОРМА И СПОСОБ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

3.1. Вид практики: производственная
3.2. Тип практики: производственная практика: преддипломная
3.3. Форма проведения практики: дискретно
3.4. Способ проведения практики: выездная

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ВИДЫ КОНТРОЛЯ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ

4.1. Распределение часов, отведенных на прохождении практики, на виды работ

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
			Недель	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Контактная работа (консультации и контроль)	6	6	6	6
Контактная работа	6	6	6	6
Сам. работа	318	318	318	318
Итого	324	324	324	324

4.2. Сроки проведения практики устанавливаются приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным графиком.

4.3. Виды контроля: зачёт с оценкой 5 сем.

4.4. Формы отчетности:	Дневник практики, отчёт в сброшюрованном виде по результатам прохождения практики (включает в том числе и результаты выполнения задания на практику)
------------------------	--

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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

ПК-1.1: Способен обосновать модель построения оптимальной структуры маркетинга на промышленном предприятии, организовать систему контроля подразделений маркетинга, ревизию и аудит организации маркетинга на промышленном предприятии

ПК-1.2: Способен к реализации процессов маркетингового менеджмента, творческому поиску направлений и резервов совершенствования процессов управления маркетинговыми подразделениями и маркетинговыми проектами

ПК-2: Способен разрабатывать корпоративную стратегию, программы устойчивого развития субъекта хозяйствования и обеспечивать их реализацию

ПК-2.1: Применяет системный и процессный подходы, стратегический анализ среды маркетинга для выбора и реализации комплекса маркетинговых стратегий предприятия с учетом рыночных вызовов и возможностей предприятия

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

ПК-3.1: Способен к организации инновационной деятельности и реализации инновационных проектов для достижения целей создания, производства и реализации новшеств на рынке

ПК-4: Способен анализировать результаты научных исследований: сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования

ПК-4.1: Способен успешно осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по патентным исследованиям и защите интеллектуальной собственности

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-5.1: Способен управлять рекламным процессом, вырабатывать стратегию действий и применять современные методы и средства проектного менеджмента в рекламной сфере

ПК-5.2: Владеет методами технико-экономического анализа и методическими приемами экономического обоснования маркетинговых решений для обоснования рациональности маркетинговых решений

ПК-5.3: Знает возможности компьютерной и телекоммуникационной техники по электронному информационно-правовому сопровождению взаимодействия сторон сделки, включая доставку товаров

ПК-5.4: Применяет типовые технологические средства автоматизации маркетинговой деятельности и информационные технологии решения маркетинговых задач, современные информационных технологий в сфере проектной информации и управления проектами в целом

ПК-5.5: Применяет цифровые и интернет-технологии в организации маркетинговой деятельности предприятия

ПК-6: Способен реализовывать принципы корпоративной социальной ответственности в маркетинговой деятельности предприятия

ПК-6.1: Знает проблемы и процедуры обоснования профессиональных маркетинговых решений, касающиеся социальных и экологических интересов всех субъектов маркетинга
ПК-7: Способен выявлять предмет, формулировать гипотезу, цель, задачи и вырабатывать ожидаемые результаты в области исследования маркетинговых проблем
ПК-7.1: Способен организовать и провести маркетинговый анализ деятельности предприятия, интерпретировать результаты маркетингового анализа, оценить его эффективность
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-1.3: Владеет навыками экономического прогнозирования рисковых ситуаций и способами управления ими, оценки влияния управления рисками на результаты деятельности предприятия

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр	Часов	Индикаторы достижения компетенций	Литература
		Раздел 1. Подготовительный				
1.1	КРКК	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.	5	2	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	Ср	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.	5	35	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
		Раздел 2. Основной				
2.1	Ср	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 подразделения и всей организации в целом.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

2.2	Ср	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.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.3	Ср	Сбор статистических данных для выполнения выпускной квалификационной работы.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	Ср	Выполнение индивидуального задания по направлению подготовки, выданного научным руководителем выпускной квалификационной работы в вузе.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.5	Ср	Выполнение заданий, выдаваемых практиканту руководителем практики от предприятия.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.6	Ср	Ознакомление с постановкой научно-исследовательской деятельности на предприятии.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 3. Завершающий						
3.1	Ср	Систематизация материалов по практике, составление и оформление отчёта по практике в соответствии с предъявляемыми требованиями.	5	36	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.2	Ср	Подготовка доклада и презентации по результатам прохождения практики	5	31	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.3	КРКК	Защита отчета по преддипломной практике.	5	4	УК-1.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-6.1 ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ВАРИАНТЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

7.1. Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

- Какие формы деловых отношений имеют место при закупке товаров производственного назначения на Вашем предприятии? Считаете ли Вы их правильными?
- Для каких целей и как при разработке спецификации продукта используется функционально-стоимостный анализ? Используется ли он на Вашем предприятии? Насколько это необходимо?
- Какими методами Ваша фирма производит поиск товаров, которые нужны ей для организации своего производства? Поиск потенциальных потребителей своей продукции?

- Каким образом она осуществляется 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 маркетологи 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.

7.2. Варианты заданий на практику

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 брэндинга 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 выведения 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.

7.3. Критерии оценивания

Обучающийся выполняет отчет по практике в срок, установленный приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным планом.

По результатам защиты отчета по практике обучающемуся выставляются следующие оценки:

«Отлично» – задание на практику выполнено без замечаний; содержание и оформление отчёта по результатам прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям; характеристика практиканта положительная; ответы на вопросы по программе практики полные и точные, при защите отчета обучающийся демонстрирует отличную теоретическую подготовку;

«Хорошо» – задание на практику выполнено с незначительными замечаниями; выполнены основные требования к прохождению практики при наличии несущественных замечаний по содержанию и форме отчёта по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает неточности, но в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания, демонстрирует хорошую теоретическую подготовку;

«Удовлетворительно» – задание на практику выполнено с замечаниями; имеются замечания по полноте изложения и оформлению материала в отчёте по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; при ответах на вопросы обучающийся допускает ошибки, демонстрирует слабую теоретическую подготовку;

«Неудовлетворительно» – задание на практику не выполнено либо имеются существенные замечания; обучающийся не предоставил отчет по результатам прохождения практики или отчет неполный, с существенными замечаниями по изложенному материалу; при защите отчета выявлены значительные пробелы в усвоении основного программного материала и неумение пользоваться теоретическими знаниями на практике, обучающийся не владеет необходимыми теоретическими знаниями, на вопросы удовлетворительных ответов не дает.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1. Рекомендуемая литература

Л1.1	Белый, Е. М., Романова, И. Б. Управление проектами [Электронный ресурс]:конспект лекций. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. - 100 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/127576.html
Л1.2	Виноградов А. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]:учебное пособие для обучающихся образовательных учреждений высшего образования. - Донецк: ДонНТУ, 2023. - 1 файл – Режим доступа: http://ed.donntu.ru/books/24/cd10835.pdf
Л1.3	Трушина, Е. В., Скрябин, О. О., Гудилин, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Издательский Дом МИСиС, 2023. - 215 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/137531.html

Л2.1	Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Омск: Омский государственный технический университет, 2021. - 128 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/124834.html
Л2.2	Савон, Д. Ю., Толстых, Т. О. Управление проектами [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Издательский Дом МИСиС, 2022. - 167 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/129538.html
Л2.3	Ершова, Н. А., Сергеева, Н. В. Менеджмент [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Российский государственный университет правосудия, 2023. - 112 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/138164.html
Л2.4	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дашков и К, 2021. - 614 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/107812.html
Л3.1	Полякова Э. И. Методические указания к организации и проведению производственной практики: преддипломной [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]:для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" направленность "Маркетинг" всех форм обучения. - Донецк: ДонНТУ, 2023. - 1 файл – Режим доступа: http://ed.donntu.ru/books/23/m9155.pdf
8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
Э1	Журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента»
Э2	Международный рецензируемый журнал «Стратегические решения и риск менеджмент»
Э3	Научно-практический рецензируемый журнал «Экономика науки»
Э4	Научно-практический рецензируемый журнал «Регион: системы, экономика, управление»
Э5	Научно-практический рецензируемый журнал «Минеральные ресурсы россии. экономика и управление»
8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	
8.3.1	«OpenOffice 2.0.3 – общественная лицензия MPL 2.0
8.3.2	Grub loader for ALT Linux - лицензия GNU LGPL v3
8.3.3	Mozilla Firefox - лицензия MPL2.0
8.3.4	Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) - лицензия GNU GPL»
8.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
8.4.1	ЭБС IPR SMART
8.4.2	ЭБС ДОННТУ

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

9.1.	Материально-техническое обеспечение ФГБОУ ВО "ДонНТУ":
9.1.1.	Аудитория 9.206 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных и практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации : парты 3-х местные, стол аудиторный, стул аудиторный, доска аудиторная
9.2.	Материально-техническая база профильной организации

10. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ РАБОТА И ПРИОБРЕТЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ

Студенты в процессе прохождения практики могут работать на рабочих местах по направлению подготовки, если это не приведет к снижению качества выполнения практики. Конкретные виды работ, выполняемых студентами на рабочих местах, согласовываются с руководителем практики от ДонНТУ. Студенты в период практики могут сдать экзамен на соответствующую квалификационную группу по технике безопасности и на приобретение рабочих профессий, и получить квалификационное удостоверение.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 67DDD7B808F801BCE954ABD11F939A51
Владелец: КАРАКОЗОВ АРТУР АРКАДЬЕВИЧ

Действителен: с 15.05.2023 до 07.08.2024

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

А. А. Каракозов

Производственная практика
Б2.В.02.02(Н) Научно-исследовательская работа
рабочая программа практики

Кафедра: **Экономика и маркетинг**

Направление подготовки: **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) / **Маркетинг**
специализация:

Уровень высшего
образования: **Магистратура**

Форма обучения: **заочная**

Общая трудоемкость: **6 з.е.**

Составитель(и):
Кравченко А.А.
Горовенко В.А.

Донецк, 2024 г.

Рабочая программа практики: «Научно-исследовательская работа»:

разработана в соответствии с ФГОС ВО: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952);

составлена в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) / специализация «Маркетинг» для 2024 года приёма, заочная форма обучения.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель:	«Производственная практика: научно-исследовательская работа» - выработка у магистранта компетенций и навыков ведения самостоятельных научных исследований и развития способностей, связанных с решением сложных профессиональных задач в условиях инновационных процессов в области управления маркетинговой деятельностью.
Задачи:	
1.1	- обобщение и критический анализ результатов, полученных отечественными и зарубежными учеными в определенной области научного знания, выявление и формулирование актуальных научных проблем;
1.2	- обоснование актуальности, теоретической и практической значимости темы научного исследования, разработка плана и программы проведения научного исследования;
1.3	- проведение самостоятельного исследования в соответствии с разработанной программой;
1.4	- выбор методов и средств, разработка инструментария эмпирического исследования, сбор, обработка, анализ, оценка и интерпретация полученных результатов исследования;
1.5	- подготовка научных статей и тезисов докладов для научных конференций;
1.6	- выступление на научных конференциях с представлением материалов исследования, участие в научных дискуссиях на научных семинарах;
1.7	- представление результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи, доклада, магистерской диссертации.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1.	Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 Практика учебного плана.
2.2. Связь с предшествующими дисциплинами (модулями), практиками:	
2.2.1.	Управление маркетингом
2.2.2.	Социально-этические аспекты маркетинга
2.2.3.	Стратегический маркетинг
2.2.4.	Информационные системы и технологии в маркетинге
2.2.5.	Методология и методы научных исследований
2.2.6.	Организация маркетинговой деятельности на промышленном предприятии
2.2.7.	Маркетинг в инновационной сфере
2.2.8.	Маркетинговый анализ (продвинутый уровень)
2.2.9.	Экономическое обоснование маркетинговых решений
2.2.10.	Маркетинг территорий
2.2.11.	Цифровой маркетинг
2.3. Связь с последующими дисциплинами (модулями), практиками, ГИА:	
2.3.1.	Научно-исследовательская работа
2.3.2.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.3.3.	Преддипломная практика

3. ВИД ПРАКТИКИ, ФОРМА И СПОСОБ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

3.1. Вид практики: производственная
3.2. Тип практики: производственная практика: научно-исследовательская работа
3.3. Форма проведения практики: непрерывно
3.4. Способ проведения практики: стационарная

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ВИДЫ КОНТРОЛЯ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ

4.1. Распределение часов, отведенных на прохождении практики, на виды работ

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		2 (1.2)		3 (2.1)		Итого	
Недель	19	2/6	16	2/6	19	2/6		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Контактная работа (консультации и контроль)	2	2	2	2	2	2	6	6
Контактная работа	2	2	2	2	2	2	6	6
Сам. работа	70	70	70	70	70	70	210	210
Итого	72	72	72	72	72	72	216	216

4.2. Сроки проведения практики устанавливаются приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным графиком.

4.3. Виды контроля: зачёт 1,2,3 сем.

4.4. Формы отчетности: Дневник практики, отчет в сброшюрованном виде по результатам прохождения практики (включает в том числе и результаты выполнения задания на практику)

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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

ПК-3.1: Способен к организации инновационной деятельности и реализации инновационных проектов для достижения целей создания, производства и реализации новшеств на рынке

ПК-4: Способен анализировать результаты научных исследований: сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования

ПК-4.1: Способен успешно осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по патентным исследованиям и защите интеллектуальной собственности

ПК-7: Способен выявлять предмет, формулировать гипотезу, цель, задачи и вырабатывать ожидаемые результаты в области исследования маркетинговых проблем

ПК-7.1: Способен организовать и провести маркетинговый анализ деятельности предприятия, интерпретировать результаты маркетингового анализа, оценить его эффективность

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр	Часов	Индикаторы достижения компетенций	Литература
		Раздел 1. Организационный				
1.1	КРКК	Участие в организационном собрании; получение дневника практики; получение индивидуального задания от руководителя практики и определение структуры представляемого отчета; проведение инструктажа руководителем практики от кафедры.	1	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	КРКК	Участие в организационном собрании; получение дневника практики; получение индивидуального задания от руководителя практики и определение структуры представляемого отчета; проведение инструктажа руководителем практики от кафедры.	2	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.3	КРКК	Участие в организационном собрании; получение дневника практики; получение индивидуального задания от руководителя практики и определение структуры представляемого отчета; проведение инструктажа руководителем практики от кафедры.	3	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
		Раздел 2. Подготовительный				

2.1	КРКК	Инструктаж по технике безопасности; составление плана работы; выдача индивидуального задания; знакомство с информационно-методическими источниками; теоретическая подготовка по программе НИР	1	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.2	КРКК	Инструктаж по технике безопасности; составление плана работы; выдача индивидуального задания; знакомство с информационно-методическими источниками; теоретическая подготовка по программе НИР	2	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.3	КРКК	Инструктаж по технике безопасности; составление плана работы; выдача индивидуального задания; знакомство с информационно-методическими источниками; теоретическая подготовка по программе НИР	3	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	КРКК	Инструктаж по технике безопасности; составление плана работы; выдача индивидуального задания; знакомство с информационно-методическими источниками; теоретическая подготовка по программе НИР	3	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 3. Основной						
3.1	Ср	Сбор и анализ научной, финансово-экономической, технико-экономической информации, экспериментальная часть в рамках магистерской диссертации, выполнение индивидуального задания, участие в научных и научно-практических конференциях, подготовка публикации по теме НИР	1	62		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.2	Ср	Сбор и анализ научной, финансово-экономической, технико-экономической информации, экспериментальная часть в рамках магистерской диссертации, выполнение индивидуального задания, участие в научных и научно-практических конференциях, подготовка публикации по теме НИР	2	62		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.3	Ср	Сбор и анализ научной, финансово-экономической, технико-экономической информации, экспериментальная часть в рамках магистерской диссертации, выполнение индивидуального задания, участие в научных и научно-практических конференциях, подготовка публикации по теме НИР	3	62		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 4. Завершающий						
4.1	Ср	Подготовка отчёта по НИР	1	8		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
4.2	КРКК	защита отчета	1	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
4.3	Ср	Подготовка отчёта по НИР	2	8		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
4.4	КРКК	защита отчета	2	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

4.5	Ср	Подготовка отчёта по НИР	3	8		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
4.6	КРКК	защита отчета	3	0,5		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ВАРИАНТЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

7.1. Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вопросы и контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся, характеризующих этапы формирования компетенций

в процессе прохождения практики

На основном этапе прохождения практики преподавателями для контроля качества освоения обучающимися программного материала будут использоваться следующие контрольные вопросы:

1. Изложите сущность научных знаний об организации деятельности, их содержание.
2. Раскройте, что понимается под методологией научного познания.
3. Охарактеризуйте уровни научного познания, их содержание и классификацию.
4. Охарактеризуйте структурные элементы науки исследования научного знания.
5. Приведите классификацию видов научного знания и их характеристику.
6. Перечислите признаки научного знания и их содержание.
7. Раскройте содержание научного знания и их сущность.
8. Формы организации научного знания и их характеристика.
9. Методологические основы и их теоретические положения в качестве научной базы для изучения характера средств и методов познания.
10. Перечислите элементы логической структуры научного исследования, назовите их сущность.
11. Приведите внешние характеристики научной деятельности.
12. Приведите структурную схему методологии организации научного знания, раскройте их содержание.
13. Перечислите структурные элементы видов оснований современной методологии, их характеристика.
14. Назовите состав разделов науковедения, обоснуйте их сущность.
15. Приведите основные структурные компоненты организации деятельности.
16. Назовите состав факторов внешней среды, раскройте их характеристику.
17. Назовите структурные компоненты саморегуляции, раскройте их содержание.
18. Обоснуйте условия научной деятельности и их характеристику.

Рекомендуемые вопросы для подготовки к защите отчёта по результатам прохождения производственной практики: научно-исследовательская работа

Перечень вопросов, которые, задаются обучающимся при защите отчётов по практике: научно-исследовательская работа:

1. Раскройте особенности научной деятельности.
2. Состав отличительных особенностей научного познания.
3. Причины диалектики, их состав и характеристика.
4. Классификация принципов научного познания, их характеристика.
5. Виды творческой исследовательской деятельности, их состав и характеристика.
6. Познание как метод научного исследования, его сущность, характеристика составляющих.
7. Причины детерминизма, его сущность.
8. Что понимается под научной новизной полученных результатов.
9. Что понимается под основой основного признака научного познания.
10. Классификация средств научного познания, их сущность, характеристика.
11. Состав методов научного познания и их сущность.
12. Классификация теоретических методов–операций, их характеристика.
13. Раскройте теоретические методы действий, их состав и экономическую сущность.
14. Состав эмпирических методов–операций, их характеристика.
15. Классификация эмпирических методов–действий.
16. Критерии оценки передового опыта (организационного, производственного, технологического и т.д.).
17. Раскройте методы преобразования объекта исследования.
18. Виды стратегического экспериментального исследования, их сущность.
19. Методы исследования во времени, их виды, характеристика.

7.2. Варианты заданий на практику

Примерная тематика индивидуальных заданий, которые могут быть выданы обучающимся на период прохождения практики.

Управление маркетингом в отраслях (сферах деятельности) на примере республиканских компаний:

Реализация маркетинговой стратегии фирмы.
 Стратегическое планирование в маркетинге.
 Продвижение продукта на рынке.
 Разработка и осуществление политики продвижения продукта.
 Разработка и осуществление сбытовой политики.
 Управление конкурентными преимуществами промышленного предприятия.
 Роль PublicRelations (связей с общественностью) в управлении организацией.
 Реклама в маркетинговой деятельности предприятия.
 Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций рекламного агентства.
 Брендинг как один из элементов маркетинговой деятельности предприятия.
 Разработка и внедрение конкурентной стратегии на предприятии.
 Разработка и реализация маркетинговой стратегии предприятия.
 Новые подходы к оценке маркетингового потенциала предприятия.
 Новые подходы к формированию маркетингового потенциала предприятия.
 Новые подходы к оценке конкурентоспособности потенциала предприятия.
 Новые подходы к формированию уровня конкурентоспособности потенциала предприятия.
 Влияние конкурентной среды на эффективность маркетинговой политики промышленного предприятия.
 Формирование системы конкурентных стратегий промышленного предприятия.
 Управление конкурентоспособностью продукции промышленного предприятия.
 Разработка системы контроля маркетинговой деятельности промышленного предприятия.
 Обоснование эффективности маркетинговой стратегии промышленного предприятия.
 Управление сбытом продукции промышленного предприятия.
 Повышение эффективности деятельности предприятия на основе совершенствования системы организации продаж.
 Экономический анализ логистической системы (производственной и т.п.).
 Совершенствование сбытовой политики промышленного предприятия.
 Анализ маркетинговой ситуации на внешнем целевом рынке.
 Разработка маркетинговой стратегии предприятия.
 Оптимизация организационной структуры маркетинга предприятия на основе функционально-стоимостного анализа.
 Повышение эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
 Оценка и повышение качества услуг предприятия связи.
 Социально-ответственный маркетинг как механизм повышения конкурентоспособности предприятия (конкретной отрасли).
 Маркетинговые факторы повышения уровня экономического развития промышленного предприятия.
 Совершенствование ценовой политики предприятия.

7.3. Критерии оценивания

Практика (зачет)

Обучающийся выполняет отчет по практике в срок, установленный приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным планом.

По результатам защиты отчета по практике обучающемуся выставляются следующие оценки:

«Зачтено» – задание на практику выполнено; содержание и оформление отчёта по результатам прохождения практики соответствуют предъявляемым требованиям; характеристика практиканта положительная; при защите отчета обучающийся демонстрирует достаточную теоретическую подготовку;
 «Не зачтено» – обучающийся не предоставил отчет по результатам прохождения практики или отчет неполный, с существенными замечаниями по изложенному материалу; задание на практику не выполнено либо имеются существенные замечания; при защите отчета выявлены значительные пробелы в усвоении основного программного материала и неумение пользоваться теоретическими знаниями на практике, обучающийся не владеет необходимыми теоретическими знаниями, на вопросы удовлетворительных ответов не дает.

Практика (дифференцированный зачет)

Обучающийся выполняет отчет по практике в срок, установленный приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным планом.

По результатам защиты отчета по практике обучающемуся выставляются следующие оценки:

«Отлично» – задание на практику выполнено без замечаний; содержание и оформление отчёта по результатам прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям; характеристика практиканта положительная; ответы на вопросы по программе практики полные и точные, при защите отчета обучающийся демонстрирует отличную теоретическую подготовку;

«Хорошо» – задание на практику выполнено с незначительными замечаниями; выполнены основные требования к прохождению практики при наличии несущественных замечаний по содержанию и форме отчёта по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает неточности, но в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания, демонстрирует хорошую теоретическую подготовку;

«Удовлетворительно» – задание на практику выполнено с замечаниями; имеются замечания по полноте изложения и оформлению материала в отчёте по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; при ответах на вопросы обучающийся допускает ошибки, демонстрирует слабую теоретическую подготовку;

«Неудовлетворительно» – задание на практику не выполнено либо имеются существенные замечания; обучающийся не предоставил отчет по результатам прохождения практики или отчет неполный, с существенными замечаниями по

изложенному материалу; при защите отчета выявлены значительные пробелы в усвоении основного программного материала и неумение пользоваться теоретическими знаниями на практике, обучающийся не владеет необходимыми теоретическими знаниями, на вопросы удовлетворительных ответов не дает.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1. Рекомендуемая литература

Л1.1	Епифанов, В. В. Основы научных исследований [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2021. - 72 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/121274.html
Л1.2	Пахомова, Н. Г., Митрофанова, О. Н. Современные методы научных исследований [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2022. - 86 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/123537.html
Л1.3	Тимофеева, Н. С., Гармаева, Л. Б. Введение в управленческую деятельность [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Улан-Удэ: Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова, 2022. - 92 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/125203.html
Л1.4	Жмудь, В. А. Методы научных исследований [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024. - 344 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/133157.html
Л2.1	Махов, С. Ю. Методы научных исследований [Электронный ресурс]:учебно-методическое пособие. - Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2019. - 164 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/95404.html
Л2.2	Горлов, Н. И., Деревяшкин, В. М., Елистратова, И. Б. Основы научных исследований [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. - 121 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/102129.html
Л2.3	Набатов, В. В. Методы научных исследований [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Издательский Дом МИСиС, 2020. - 328 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/106886.html
Л3.1	Полякова Э. И. Методические указания к организации и проведению производственной практики: научно-исследовательская работа [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]:для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" направленность "Маркетинг" всех форм обучения. - Донецк: ДонНТУ, 2023. - 1 файл – Режим доступа: http://ed.donntu.ru/books/23/mn9148.pdf

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента»
Э2	Международный рецензируемый журнал «Стратегические решения и риск менеджмент»
Э3	Научно-практический рецензируемый журнал «Экономика науки»
Э4	Научно-практический рецензируемый журнал «Регион: системы, экономика, управление»
Э5	Научно-практический рецензируемый журнал «Минеральные ресурсы россии. экономика и управление»

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

8.3.1	«OpenOffice 2.0.3 – общественная лицензия MPL 2.0
8.3.2	Grub loader for ALT Linux - лицензия GNU LGPL v3
8.3.3	Mozilla Firefox - лицензия MPL2.0
8.3.4	Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) - лицензия GNU GPL»

8.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

8.4.1	ЭБС IPR SMART
8.4.2	ЭБС ДОННТУ

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

9.1.	Материально-техническое обеспечение ФГБОУ ВО "ДонНТУ":
9.1.1.	Аудитория 9.206 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных и практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации : парты 3-х местные, стол аудиторный, стул аудиторный, доска аудиторная

10. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ РАБОТА И ПРИОБРЕТЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ

Студенты в процессе прохождения практики могут работать на рабочих местах по направлению подготовки, если это не приведет к снижению качества выполнения практики. Конкретные виды работ, выполняемых студентами на рабочих местах, согласовываются с руководителем практики от ДонНТУ. Студенты в период практики могут сдать экзамен на соответствующую квалификационную группу по технике безопасности и на приобретение рабочих профессий, и получить квалификационное удостоверение.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 67DDD7B808F801BCE954ABD11F939A51
Владелец: КАРАКОЗОВ АРТУР АРКАДЬЕВИЧ

Действителен: с 15.05.2023 до 07.08.2024

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

А. А. Каракозов

Производственная практика
Б2.В.02.03(П) Научно-исследовательская работа
рабочая программа практики

Кафедра: **Экономика и маркетинг**

Направление подготовки: **38.04.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) / **Маркетинг**
специализация:

Уровень высшего
образования: **Магистратура**

Форма обучения: **заочная**

Общая трудоемкость: **12 з.е.**

Составитель(и):
Кравченко А.А.
Горовенко В.А.

Донецк, 2024 г.

Рабочая программа практики: «Научно-исследовательская работа»:

разработана в соответствии с ФГОС ВО: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952);

составлена в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) / специализация «Маркетинг» для 2024 года приёма, заочная форма обучения.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель:	Непрерывное и последовательное овладение навыками профессиональной деятельности, обеспечение готовности к ее осуществлению. Цель преддипломной практики, соотнесена с общими целями ООП ВПО, которые направлены на закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Практическое использование обучающимися приобретенных теоретических знаний, изучение практики деятельности маркетинговых служб, формирование профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных творческих решений, сбор нормативно-справочных и информационных материалов для написания магистерской диссертации.
Задачи:	
1.1	формирование и закрепление навыков и умений выполнения функций специалиста-маркетолога, составляющих содержание профессиональной деятельности;
1.2	получение практических навыков решения задач управления маркетингом на базе теоретических знаний, полученных в период обучения;
1.3	формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, овладение современными методами исследований;
1.4	формирование профессионального мышления и маркетингового подхода к системе управления деятельностью предприятия;
1.5	обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного и творческого потенциала, профессионального мастерства.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1.	Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 Практика учебного плана.
2.2. Связь с предшествующими дисциплинами (модулями), практиками:	
2.2.1.	Стратегический маркетинг
2.2.2.	Информационные системы и технологии в маркетинге
2.2.3.	Организация маркетинговой деятельности на промышленном предприятии
2.2.4.	Маркетинг в инновационной сфере
2.2.5.	Управление рисками
2.2.6.	Маркетинговый анализ (продвинутый уровень)
2.2.7.	Экономическое обоснование маркетинговых решений
2.2.8.	Маркетинг территорий
2.2.9.	Цифровой маркетинг
2.2.10.	Управление маркетингом
2.2.11.	Социально-этические аспекты маркетинга
2.3. Связь с последующими дисциплинами (модулями), практиками, ГИА:	
2.3.1.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. ВИД ПРАКТИКИ, ФОРМА И СПОСОБ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ

3.1. Вид практики: производственная
3.2. Тип практики: производственная практика: научно-исследовательская работа
3.3. Форма проведения практики: непрерывно
3.4. Способ проведения практики: стационарная

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ВИДЫ КОНТРОЛЯ И ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ

4.1. Распределение часов, отведенных на прохождении практики, на виды работ

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
			Недель	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Контактная работа (консультации и контроль)	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	424	424	424	424
Итого	432	432	432	432

4.2. Сроки проведения практики устанавливаются приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным графиком.

4.3. Виды контроля: зачёт с оценкой 4 сем.

4.4. Формы отчетности: Дневник практики, отчёт в сброшюрованном виде по результатам прохождения практики (включает в том числе и результаты выполнения задания на практику)

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

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

ПК-3.1: Способен к организации инновационной деятельности и реализации инновационных проектов для достижения целей создания, производства и реализации новшеств на рынке

ПК-4: Способен анализировать результаты научных исследований: сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования

ПК-4.1: Способен успешно осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по патентным исследованиям и защите интеллектуальной собственности

ПК-7: Способен выявлять предмет, формулировать гипотезу, цель, задачи и вырабатывать ожидаемые результаты в области исследования маркетинговых проблем

ПК-7.1: Способен организовать и провести маркетинговый анализ деятельности предприятия, интерпретировать результаты маркетингового анализа, оценить его эффективность

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр	Часов	Индикаторы достижения компетенций	Литература
		Раздел 1. Подготовительный				
1.1	КРКК	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.	4	3	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	Ср	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.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
		Раздел 2. Основной				

2.1	Ср	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 подразделения и всей организации в целом.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.2	Ср	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.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.3	Ср	Сбор статистических данных для выполнения выпускной квалификационной работы.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	Ср	Выполнение индивидуального задания по направлению подготовки, выданного научным руководителем выпускной квалификационной работы в вузе.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.5	Ср	Выполнение заданий, выдаваемых практиканту руководителем практики от предприятия.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.6	Ср	Ознакомление с постановкой научно-исследовательской деятельности на предприятии.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
		Раздел 3. Завершающий				
3.1	Ср	Систематизация материалов по практике, составление и оформление отчёта по практике в соответствии с предъявляемыми требованиями.	4	48	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

3.2	Ср	Подготовка доклада и презентации по результатам прохождения практики	4	40	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.3	КРКК	Защита отчета по преддипломной практике.	4	5	ПК-3.1 ПК-4.1 ПК-7.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ВАРИАНТЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

7.1. Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

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 критерии, которые используются при принятии решений о закупке товара промышленного назначения. Чем они отличаются от критерии, которые используются для товаров конечного потребления?
8. По каким признакам классифицируют промышленные услуги? Какая классификация наиболее подходит для промышленного маркетинга? Каким факторам маркетологи 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.

7.2. Варианты заданий на практику

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 выведения 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.

7.3. Критерии оценивания

Обучающийся выполняет отчет по практике в срок, установленный приказом ректора в соответствии с утвержденным календарным планом.

По результатам защиты отчета по практике обучающемуся выставляются следующие оценки:

«Отлично» – задание на практику выполнено без замечаний; содержание и оформление отчета по результатам прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям; характеристика практиканта положительная; ответы на вопросы по программе практики полные и точные, при защите отчета обучающийся демонстрирует отличную теоретическую подготовку;

«Хорошо» – задание на практику выполнено с незначительными замечаниями; выполнены основные требования к прохождению практики при наличии несущественных замечаний по содержанию и форме отчета по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; в ответах на вопросы по программе практики обучающийся допускает неточности, но в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания, демонстрирует

хорошую теоретическую подготовку;
 «Удовлетворительно» – задание на практику выполнено с замечаниями; имеются замечания по полноте изложения и оформлению материала в отчёте по результатам прохождения практики; характеристика практиканта положительная; при ответах на вопросы обучающийся допускает ошибки, демонстрирует слабую теоретическую подготовку;

«Неудовлетворительно» – задание на практику не выполнено либо имеются существенные замечания; обучающийся не предоставил отчет по результатам прохождения практики или отчет неполный, с существенными замечаниями по изложенному материалу; при защите отчета выявлены значительные пробелы в усвоении основного программного материала и неумение пользоваться теоретическими знаниями на практике, обучающийся не владеет необходимыми теоретическими знаниями, на вопросы удовлетворительных ответов не дает.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1. Рекомендуемая литература

Л1.1	Белый, Е. М., Романова, И. Б. Управление проектами [Электронный ресурс]:конспект лекций. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. - 100 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/127576.html
Л1.2	Виноградов А. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]:учебное пособие для обучающихся образовательных учреждений высшего образования. - Донецк: ДонНТУ, 2023. - 1 файл – Режим доступа: http://ed.donntu.ru/books/24/cd10835.pdf
Л1.3	Трушина, Е. В., Скрябин, О. О., Гудилин, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Издательский Дом МИСиС, 2023. - 215 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/137531.html
Л2.1	Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Омск: Омский государственный технический университет, 2021. - 128 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/124834.html
Л2.2	Савон, Д. Ю., Толстых, Т. О. Управление проектами [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Издательский Дом МИСиС, 2022. - 167 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/129538.html
Л2.3	Ершова, Н. А., Сергеева, Н. В. Менеджмент [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: Российский государственный университет правосудия, 2023. - 112 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/138164.html
Л2.4	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дашков и К, 2021. - 614 с. – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/107812.html
Л3.1	Полякова Э. И. Методические указания к организации и проведению производственной практики: научно-исследовательская работа [Электронный ресурс] [Электронный ресурс]:для обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" направленность "Маркетинг" всех форм обучения. - Донецк: ДонНТУ, 2023. - 1 файл – Режим доступа: http://ed.donntu.ru/books/23/m9148.pdf

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Актуальные проблемы экономики и менеджмента»
Э2	Международный рецензируемый журнал «Стратегические решения и риск менеджмент»
Э3	Научно-практический рецензируемый журнал «Экономика науки»
Э4	Научно-практический рецензируемый журнал «Регион: системы, экономика, управление»
Э5	Научно-практический рецензируемый журнал «Минеральные ресурсы россии. экономика и управление»

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

8.3.1	«OpenOffice 2.0.3 – общественная лицензия MPL 2.0
8.3.2	Grub loader for ALT Linux - лицензия GNU LGPL v3
8.3.3	Mozilla Firefox - лицензия MPL2.0
8.3.4	Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) - лицензия GNU GPL»

8.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

8.4.1	ЭБС ДОННТУ
8.4.2	ЭБС IPR SMART

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

9.1.	Материально-техническое обеспечение ФГБОУ ВО "ДонНТУ":
9.1.1.	Аудитория 9.206 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных и практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации : парты 3-х местные, стол аудиторный, стул аудиторный, доска аудиторная

10. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ РАБОТА И ПРИОБРЕТЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ

Студенты в процессе прохождения практики могут работать на рабочих местах по направлению подготовки, если это не приведет к снижению качества выполнения практики. Конкретные виды работ, выполняемых студентами на рабочих местах, согласовываются с руководителем практики от ДонНТУ. Студенты в период практики могут сдать экзамен на соответствующую квалификационную группу по технике безопасности и на приобретение рабочих профессий, и получить квалификационное удостоверение.