МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ **экономический**

Кафедра маркетинга и логистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по научно-методической и учебной работе
_____ Е.И. Скафа
«14» сентября 2018 г.

СКВОЗНАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИК

Направление подготовки:	Менеджмент
Профиль:	Маркетинг
Программа ВПО:	бакалавриат – 38.03.02 магистратура – 38.04.02
Форма обучения:	очная, заочная

Утверждено на заседании
Ученого совета Экономического факультета
от «____» _____ 2018г.
протокол № 1
Председатель Ученого совета факультета

Ю.Н. Полшков

Донецк 2018

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. деканаэкономического факультета
_____ Ю.Н. Полшков
«__» _____ 2018 г.
м.п

Сквозная программа практик составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.02Менеджмент (Профиль: Маркетинг), 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг), программы подготовки бакалавриата, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от «24» августа 2016 г. № 859, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от«12» сентября 2016 г. № 1559, и направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг) программы подготовки магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от «16» сентября 2016 г. № 935, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от«07» октября 2016 г. № 1622; «Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утверждённого приказом Министерства образования и науки ДНР «11» ноября 2017 г. №1171;учебных планов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг) программы подготовки бакалавриата (форма обучения: очная, заочная) и направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг) программы подготовки магистратуры (форма обучения: очная, заочная), утвержденных Ученым советом университета от 30.03.2018 г., протокол №4; Типового положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики от 16.12.2015г. №911; Положения о практике студентов ГОУ ВПО ДОННУ, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования от 30.12.2016г. №256/05, п.4.

Разработчики:
к.э.н., доц., и.о.зав.кафедрой маркетинга и логистики Т.В. Ибрагимхалилова
к.э.н., доц., доцент кафедры маркетинга и логистики М.Н. Беспятая
к.э.н., доцент кафедры маркетинга и логистики Я.О. Молохова

Сквозная программа практик
утверждена на заседании кафедры
маркетинга и логистики
Протокол № 1 от «28» августа 2018 г.

И.о. зав. кафедрой

маркетинга и логистики Т.В. Ибрагимхалилова

Сквозная программа практик
утверждена учебно-методической комиссией
экономического факультета
Протокол № 1 от «13» сентября 2018 г.

Председатель учебно-методической

комиссии факультета Е.Н.Стрелина

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИК ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

1.1 СОБЛЮДЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ГОС ВПО К ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ

1.2 ВИДЫ ПРАКТИК

1.2.1 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

1.2.2 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

1.2.3 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА

1.3 ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ, БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОРЯДОК ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ НА ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ

1.4 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЭКСКУРСИИ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

1.5 ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ, ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ СТУДЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ, ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

2. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИК ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

2.1 СОБЛЮДЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ГОС ВПО К ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ

2.2 ВИДЫ ПРАКТИК

2.2.1 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

2.2.2 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

2.2.3 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРАКТИКА В ТОМ ЧИСЛЕ НИР)

2.2.4 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА

2.3 ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ, БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОРЯДОК ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ НА ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ

2.4 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЭКСКУРСИИ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

2.5 ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ, ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ СТУДЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ, ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИК ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

В соответствии с требованиями ГОС ВПО (государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования) подготовки кадров высшей квалификации студенты бакалавриата, обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг, должны знать основные положения маркетинговой концепции управления, содержание различных маркетинговых функций, таких как маркетинговые исследования, маркетинговые коммуникации, управление маркетингом. Также разбираться в специфике реализации маркетинга в организациях различных сфер и отраслей деятельности, в частности, в организациях торговли, банках, страховых компаниях, производственных предприятиях, организациях сферы услуг, некоммерческой сферы и т.д.

Прохождение различных видов практики студентами бакалавриата, обучающимися по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), является обязательной составляющей учебного процесса, предусмотренного ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации и составной частью ООП (основной образовательной программы) ВПО.

Прохождение студентами различных видов практики организуется в рамках общей концепции подготовки бакалавров понаправлению38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), является продолжением учебного процесса в производственных условиях конкретной организации (учреждения, предприятия) –базыпрактики.

Прохождение студентами бакалавриата, различных видов практики нацелено на их подготовку к решению практических задач в процессе осуществления различных видов профессиональной деятельности, в том числе научно-исследовательской деятельности, на формирование профессионального мышления и мировоззрения, а также на формирование практического опыта в сфере экономики.

Практика – это вид учебной работы, направленный на развитие практических умений и навыков, а также на формирование компетенций студентов в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональнойдеятельностью.

Настоящая **Сквознаяпрограмма практик** разработана в соответствии с такими основными нормативно-правовыми документами:

- Законом Донецкой Народной Республики «Об образовании» № 55-IНС от 19.06.2015 г.;
- Приказом № 380 МОН ДНР «Об утверждении Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 07.08.2015 г.);
- Положением № 386 «Об организации учебного процесса

в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 20.08.2015г.);

- Приказом № 750 МОН ДНР «О внесении изменений в Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 30.10.2015г.);
- Положением № 783 «Об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 26.11.2015г.);
- Приказом № 911 МОН ДНР «Об утверждении Типового положения о практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 16.12.2015г.);
- Типовым положением № 888 «О практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 13.01.2016г.);
- Приказом № 832 МОН ДНР «О внесении изменений в Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 10.08.2016 г.);
- Изменениями к Положению «Об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (№ 1535 от 02.09.2016г.);
- Приказом № 1011 МОН ДНР «О внесении изменений в Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 28.09.2016 г.);
- Изменениями к Положению «Об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессиональногообразования

Донецкой Народной Республики» (№ 1647 от 20.10.2016 г.);

- Положением ГОУВПО «Донецкий национальный университет» «О практике студентов, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования» (Приказ ректора ГОУ ВПО «ДонНУ» № 256/05 от 30.12.2016г.)

В соответствии с требованиями ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации по направлению 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), программа подготовки бакалавров в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» (далее – ГОУ ВПО «ДонНУ») предусматривает прохождение студентами различных **видов практики.**

В соответствии с учебными планами ГОУ ВПО «ДонНУ» в программе подготовки бакалавров предусмотрены следующие**виды практики**: **учебная** практика; **производственная** практика; производственная (**преддипломная**, в том числе подготовка **дипломной работы**) практика.

Учебная практика проводится с целью получения первичных профессиональных умений, навыков и компетенций (в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), формирования

первоначального профессионального опыта, а также с целью проверки способности студентов к осуществлению самостоятельной деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

Производственная практика проводится с целью получения, расширения и развития профессиональных умений, навыков и компетенций, формирования опыта профессиональной деятельности, а также с целью проверки готовности студентов к осуществлению профессиональной деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

Преддипломная практика (в том числе подготовка **дипломной работы),** проводится с целью закрепления, расширения и углубления теоретических и практических знаний, умений, навыков и компетенций, полученных при изучении учебных дисциплин общенаучного и профессионального блока подготовки; формирования и развития профессиональных знаний, умений, навыков и компетенций; формирования профессионального мировоззрения и опыта профессиональной деятельности; с целью выполнения **дипломной работы**, а также с целью проверки готовности студентов к осуществлению самостоятельной профессиональной деятельности в сфере менеджмента, маркетинга.

1.1 СОБЛЮДЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ГОС ВПО К ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ

Практика студентов образовательной программы бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг), является обязательной составляющей учебного процесса, предусмотренного ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации и составной частью ООПВПО.

Практика имеет своей основной задачей закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения в университете, на основе глубокого изучения работы организации (учреждения, предприятия), на базе которой проходит практика, овладение производственными умениями и навыками, а также передовыми методамитруда.

В соответствии с требованиями ГОС ВПО основными **видами практики** студентов являются **учебная**и**производственная** практики, в том числе **преддипломная** практика.

Типы учебной практики:

- практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательскойдеятельности.

Типы производственной практики:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональнойдеятельности.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы (**дипломной работы**) и является обязательной.

Организация и проведение всех **видов практики** студентов образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), направлена на получение

профессиональных знаний, умений, навыков и опыта профессиональной деятельности, а также на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых для успешного осуществления будущей профессиональнойдеятельности.

Порядок организации практики, **виды** практики, **формы** и **способы** ее проведения, **трудоемкость**, **распределение** по периодам обучения и **сроки** проведения устанавливаются в соответствии с требованиями ГОС ВПО; Положением ГОУ ВПО «ДонНУ» «О практике студентов, осваивающих ООП ВПО»; рабочими учебными планами и календарным графиком учебного процесса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), и соответствующей*Программой практики*, разработанной кафедрой.

Информация о прохождении различных **видов практики** студентами образовательной программы бакалавриата представлена в табл. 1.

В процессе прохождения всех **видов практики** студенты должны закрепить и развить теоретические знания, практические умения, навыки и компетенции, полученные при изучении учебных дисциплин общенаучного и профессионального блока подготовки, расширить и углубить профессиональные знания, а также сформировать практические умения и навыки решения профессиональных задач в сфере государственного и муниципального управления. Знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами в процессе прохождения различных **видов практики**, будут необходимыми и полезными для составления **Отчета о прохождении практики**, а также для подготовки **дипломной работы**.

Формы и **способы проведения практики** студентов образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), устанавливаются в соответствии с требованиями ГОС ВПО и ООП ВПО, а также Положением ГОУ ВПО «ДонНУ» «О практике студентов, осваивающих ООП ВПО».

Виды и **способы проведения практики** студентов образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), представлены в табл. 2.

Таблица 1

Информация о прохождении практики студентами образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг)

№ п/п	Вид практики	Трудоемкость практики (зач.ед.)**	Трудоемкость практики (час.)	Продолжительность практики (количество недель)	Распределение по периодам обучения (семестрам)	Форма контроля
1.	**Учебная** практика	1,5	54	1	1	Дифференцированный зачет
2.	**Производственная** практика	3	108	2	6	Дифференцированный зачет
3.	Производственная (**преддипломная**, в т.ч. подготовка **дипломной работы**) практика	12	432	4+4	8	Дифференцированный зачет

Таблица 2

Виды и способы проведения практики студентов образовательной программы бакалавриата направленияподготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг)

№п/п	Вид практики	Способ проведения
1.	**Учебная** практика	стационарная
2.	**Производственная** практика	стационарная, (выездная) практика
3.	Производственная (**преддипломная**, в том числе подготовка **дипломной работы**) практика	стационарная, (выездная) практика

Учебная, **производственная** и **преддипломная практики** проводятся в формате ознакомления с организацией (учреждением, предприятием), на базе которой студент проходит практику, а также изучения, анализа и оценки деятельности организации (учреждения, предприятия) в рамках выбранного направления подготовки и организуются в форме проведения студентом индивидуальнойсамостоятельной работы под руководством научного руководителя практики от университета (кафедры) и руководителя практики от организации (учреждения, предприятия) – базы практики.

В период прохождения различных видов **практики** руководитель практики от университета (кафедры) и руководитель практики от организации (учреждения, предприятия) осуществляют повседневное организационное и методическое руководство деятельностью студента, корректируютвыданныеемуконкретныезаданияврамкахвыполнения*Программы практики*, помогают в поиске и сборе информации, необходимой для выполнения различных видов работ, а также для составления и написания **Отчета о прохождениипрактики**.

Место, **время** и **сроки** (календарный период) проведения различных видов **практики** определяются ГОС ВПО, рабочими учебными планами и календарным графиком учебного процесса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), и соответствующей*Программой практики*, разработанной кафедрой.

Студенты бакалавриатапроходят **практику** в соответствии с Приказом ректора ГОУ ВПО «ДонНУ», в котором указывается база практики, срок (календарный период) ее прохождения и руководитель практики от университета(кафедры).

К прохождению **практики** допускаются студенты, прослушавшие и изучившие теоретические и прикладные учебные дисциплины общенаучного и профессионального блока подготовки.

Базами для прохождения практики студентами бакалавриата, обучающимися, могут выступать:

- организации (учреждения, предприятия) любой организационно-правовой формы (коммерческие и некоммерческие; государственные, муниципальные, частные, общественные и т.д.), которые одновременно могут являться местами основной работыстудентов;

- структуры, в которых студенты являются предпринимателями, создающими и развивающими собственноедело;

- научно-исследовательские организации и учреждения;

- организации и учреждения системы высшего либо среднего профессионального образования, в том числе ГОУ ВПО «ДонНУ», его отдельные структурные подразделения (например, выпускающие кафедры, учебные лаборатории кафедр, межкафедральные лаборатории ит.д.).

- промышленные предприятия различных форм собственности;

- органы государственной власти и управления;

- органы муниципальной власти иуправления;

- государственные организации (учреждения,предприятия);

- муниципальные организации (учреждения,предприятия);

- научно-исследовательские организации иучреждения;

- общественныеорганизации;

Учебная, **производственная** и **преддипломная практики** проводятся в одном из структурных подразделений организации (учреждения, предприятия), которое занимается вопросами экономики, производства, менеджмента, маркетинга, финансов, персонала, инноваций и т.д. Имея рабочее место в одном из таких подразделений, студент также знакомится с деятельностью других подразделений базыпрактики.

Учебная и/или **производственная практики** могут быть организованы и проводиться в ГОУ ВПО «ДонНУ», непосредственно в его отдельных структурных подразделениях (например, в учебной лаборатории кафедры маркетинга и логистики, в межкафедральной лаборатории экономического факультета ит.д.).

Место прохождения практики может быть выбрано студентом самостоятельно, при условии соответствия базы практики требованиям ГОС ВПО и ООП ВПО, а также содержанию соответствующей*Программыпрактики*, в зависимости от выбранного направления проводимого исследования в рамках утвержденной темы дипломной работы с учетом научных интересов студента.

Прохождение студентом различных **видов практики** осуществляется на основании соответствующего**договора**«О проведении практики студентов», заключенного между ГОУ ВПО «ДонНУ» и организацией (учреждением, предприятием) – базойпрактики.

Организационно-методическое руководство практикой студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), осуществляеткафедра маркетинга и логистики.

Для руководства практикой, проводимой на базе ГОУ ВПО «ДонНУ», назначается руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу (ППС) кафедры.

Для руководства практикой, проводимой в организациях (учреждениях,

предприятиях), назначается руководитель практики от ГОУ ВПО «ДонНУ» (из числа лиц, относящихся к ППС кафедры) и руководитель практики от организации (учреждения, предприятия) – базы практики.

В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные или профессионально-прикладные компетенции.

Бакалавр, освоивший образовательную программу бакалавриата, должен обладать следующими *общекультурными компетенциями*:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5).

Бакалавр, освоивший образовательную программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно – управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5).

Бакалавр, освоивший образовательную программу бакалавриата, с присвоением квалификации «академический бакалавр» должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована образовательная программа бакалавриата:

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-7);

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес – модели (ПК-15).

Производственная практика нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-3, ОК-4, ОК-5), общепрофессиональных (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) профессиональных компетенций (ПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-10) выпускника.

Преддипломная практика нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК-3, ОК-4, ОК-5), общепрофессиональных (ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5) профессиональных компетенций (ПК-1, ПК-3, ПК-9, ПК-10, ПК-15) выпускника.

Практика как вид учебных занятий является продолжением учебного процесса в производственных условиях конкретной организации (учреждения, предприятия) – базы практики и нацелена на подготовку студентовбакалавриатак решению практических задач в процессе осуществления различных видов профессиональной деятельности, в том числе научно-исследовательской деятельности.

Целью учебной практики является получение первичных профессиональных умений, навыков и компетенций (в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), формирование первоначального профессионального опыта, а также проверка способности студентов к осуществлению анализамаркетинговой деятельности предприятий (организаций).

Основные **задачи учебной практики**:

- изучить и охарактеризовать историю становления и развития ГОУ ВПО «Донецкий национальныйуниверситет»;

- определить основные цели, задачи, направления, функции и результаты деятельности ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», а также его отдельных структурных подразделений (экономического факультета, научной библиотеки университета, кафедры маркетинга и логистики и т.д.);

- изучить и охарактеризовать организационную структуру управления ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», определить ее основные элементы(звенья);

- ознакомиться с научной библиотекой ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», изучить ее организационную структуру и определить ее основные структурные подразделения (читальные залы,

абонементы, внутренние отделы), в том числе изучить основы работы с электронно-библиотечной системой, веб-каталогом, виртуально-справочной службой ит.д.;

- изучить и охарактеризовать историю становления и развития экономического факультета ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», а также определить основные элементы (звенья) его организационной структурыуправления;

- ознакомиться соструктурой управления предприятием,его функциональных подразделений. Изучить работуслужбы маркетинга, основных поставщиков товаров,конкурентовпредприятия; покупателей; ассортимент предлагаемых товаров ит.д.(в рамках выполненияиндивидуальногозадания).

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:

знать

- разнообразие организационных структур, их преимущества и недостатки, особенности функционирования;

- теоретические основы маркетинга, понятийный аппарат;

- принципы развития и закономерности функционирования организации, предприятия, учреждения;

- влияние внешних и внутренних факторов на функционирование предприятия, организации, учреждения;

- условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;

уметь

- собирать и анализировать информацию, связанную с экономической деятельностью, организационным, экономическим и правовым обеспечением деятельности предприятия;

- учитывать и оценивать влияние факторов внешней среды на маркетинговую деятельность организации;

- разработать с соответствующими экономическими расчетами и обоснованиями рекомендации по дальнейшему осуществлению маркетинговой деятельности, направленной на решение общекорпоративных задач (повышение уровня доходности, роста товарооборота компании, получение конкурентных преимуществ, интеграция маркетинговой деятельности в общую структуру управления и т.д.);

владеть

- навыками поиска, сбора, обработки и систематизации информации различного характера (теоретической, статистической, нормативно-правовой);

- умением анализировать факторы внешней и внутренней среды предприятия (организации);

- мастерством публичного выступления, подготовки презентации (демонстрационных материалов);

- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования, способностью оценивать экономические условия осуществления маркетинговой деятельности предприятия.

Целью производственной практики является получение и развитие

профессиональных умений, навыков и компетенций, а также закрепление и углубление теоретических знаний по менеджменту, маркетингу, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятия; приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности, применение полученных знаний при решении конкретных задач в области маркетинговой деятельности.

Основные **задачи производственной практики**:

- изучить сферу и основные направления деятельности предприятия (организации), его организационно-правовую форму;
- ознакомление с общими принципами организации и структурой управления на предприятии;
- анализ внешней и внутренней среды предприятия, основных экономических показателей предприятия (организации);
- приобретение профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных решений на примере конкретных ситуаций, возникающих на базе практики при выполнении ключевых маркетинговых функций;
- проанализировать бизнес-процессы функционального подразделения (подразделений) маркетинга предприятия;
- сбор информации, необходимой для подготовки практической части выпускной квалификационной работы, приобрести навыки по их обработке и анализу;
- сбор, обработка и обобщение первичной информации и материалов, необходимых для написания отчета по практике, курсовых работ, подготовки студенческих научных работ и т.д.
- выявить, изучить и охарактеризовать актуальные проблемы в сфере маркетинга (в рамках выполнения индивидуальногозадания).

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

знать

- теоретические основы маркетинга, понятийный аппарат;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- маркетинговые возможности предприятия (SWOT-анализ);
- стратегические зоныхозяйствования, сегментов и ниш рынка, на которых осуществляет свою деятельность предприятие;
- базисные концепции, системы и технологиимаркетинга;
- системы маркетинга на предприятии (организация, исследования, планирование,контроль);
- комплекс маркетинга, используемый предприятием на целевых рынках;

уметь

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на деятельность организации;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческихрешений;

- разрабатывать и принимать маркетинговые решения в условиях противоречивых требований;

- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга;

- разработать с соответствующими экономическими расчетами и обоснованиями рекомендации по дальнейшему развитию маркетинговой деятельности, направленной на решение общекорпоративных задач (повышение уровня доходности, роста товарооборота компании, получение конкурентных преимуществ, интеграция маркетинговой деятельности в общую структуру управления и т.д.);

владеть

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);

- методами управления операциями;

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы;

- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;

- навыками деловых коммуникаций.

Целью преддипломной практики является закрепление, расширение и углубление теоретических и практических знаний, умений, навыков и компетенций, полученных при изучении учебных дисциплин общенаучного и профессионального блока подготовки;проверка возможностей самостоятельной работы будущего специалиста в условиях конкретной организации, приобретение практических навыков работы в маркетинговой деятельности, подготовка материалов к выполнению дипломной работы.

Основные **задачи преддипломной практики**:

- закрепление у студентов практических навыков решения маркетинговых задач;

- овладение практическими навыками и передовыми методами управления маркетинговой деятельностью;

- приобретение практического опыта работы по специальности путем выполнения должностных функциональных обязанностей специалиста по маркетингу;

- сбор, обработка и анализ фактического материала, распорядительно-управленческой документации, необходимой для выполнения дипломной работы;

- апробация конкретных предложений по совершенствованию теоретических и практических аспектов управления в маркетинговых системах; способов, приемов и методик решения практических маркетинговых задач, необходимых для обоснования студенту-дипломнику;

- приобретение практического опыта работы с современными средствами информационных технологий;

- овладение приемами и методами практического маркетинга, позволяющего обеспечить достижение предприятием поставленных целей;

- выявить, изучить и охарактеризовать актуальные проблемы в сфере маркетинговой деятельности предприятия (организации), определить основные пути их решения в условиях неопределенности и риска (в рамкахвыполнения индивидуального задания);

- сформировать необходимые профессиональные качества, а также устойчивый интерес, чувство ответственности и уважения к выбранной профессии.

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен:

знать

- основы организации маркетинговой деятельности на предприятии;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные факторы микро- и макросреды и особенности их воздействия на предприятие;
- маркетинговые возможности предприятия (SWOT-анализ);
- базисные концепции, системы и технологиимаркетинга;
- элементы комплекса коммуникации предприятия (реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личная продажа), оценить их относительную значимость для предприятия;
- принципы комплекса маркетинга, используемого предприятием на целевых рынках;

уметь

- анализировать стратегические зоны хозяйствования, сегменты и ниши рынка, на которых действуетпредприятие;

– изучить структуру службы маркетинга на предприятии, ее цели и задачи, достоинства и недостатки, пояснить место подразделения маркетинга в организационной структуре предприятия;

- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- описать методы и приемы информационного обеспечения маркетинга;
- дать характеристику применяемым методам маркетинговых исследований;
- проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческихрешений;
- предложить схему информационной поддержки взаимоотношений предприятия с потребителями, поставщиками, партнерами;
- разработать стратегию ценообразования на предприятии (на примере одного товара (услуги) или одной товарной группы);
- обосновать стратегию маркетинговой коммуникации предприятия;
- разработать предложения по совершенствованию коммуникационной политики предприятия;
- оценить функциональные задачи службы маркетинга на предприятии,

направления взаимодействия отдела маркетинга с другими подразделениями;

- при отсутствии службы маркетинга выявить маркетинговые задачи, решаемые на предприятии и определить подразделения, ответственные за их выполнение;

- описать план маркетинга предприятия, показать различия между стратегическим и тактическим планированием на предприятии;

- определить типы и методы маркетингового контроля на предприятии, дать им оценку;

владеть

- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);

- методами управления операциями;

- методами калькуляции цен, применяемыми на предприятии;

- методами формулирования и реализации стратегий на уровнебизнес - единицы;

- методами анализа финансовой отчетности и финансовогопрогнозирования;

- навыками деловыхкоммуникаций.

При прохождении различных **видов практики** студентам следует ознакомиться с литературой и другими источниками информации, в которых описывается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности организаций (учреждений, предприятий) в сфере менеджмента и маркетинга, на основе работы с библиотечным фондом научной библиотеки ГОУ ВПО «ДонНУ», а также с Интернет-ресурсами с целью поиска, изучения, систематизации, анализа и обобщения информации, необходимой для выполнения различных заданий и видов работ, а также для составления и написания **Отчета о прохождениипрактики**.

1.2 ВИДЫ ПРАКТИК

Прохождение студентами бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг), различных **видов практики** предусматривает определенный порядок действий. Основные **этапы** (примерный порядок) прохождения **практики** представлены в табл.3.

Таблица 3

Основные этапы (примерный порядок) прохождения практики

№ п/п	Основные этапы прохождения практики
1.	Посещение организационного собрания (знакомство с Приказом о практике студентов, сроком (календарным периодом) прохождения практики, местами прохождения (базами) практики, руководителями практики от университета (кафедры), рабочим графиком (планом) прохождения практики, сроками сдачи и защиты Отчетов о прохождении практики; прохождение инструктажа о порядке прохождения практики и инструктажа по технике безопасности; получение индивидуальных заданий; получение документов,необходимых для прохождения практики (П*рограммы практики*, дневников практики, направлений на практику)).
2.	Прибытие набазу практики – в профильную организацию (учреждение, предприятие) и знакомство с назначенным руководителем практики.
3.	Прохождение инструктажа по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также изучение правил внутреннего трудового распорядка.
4.	Согласование с руководителем практики от организации (учреждения, предприятия) цели и задач, содержания и планируемых результатов прохождения практики, а также полученного индивидуальногозадания.
5.	Разработка индивидуального рабочего плана и календарного графика прохождения практики.
6.	Поиск, сбор, обработка, анализ, систематизация и обобщение информации, необходимой для составления и написания Отчетаопрохождении практики.
7.	Получение и выполнение заданий руководителя практики от университета (кафедры).
8.	Получение и выполнение заданий руководителя практики от организации (учреждения, предприятия).
9.	Заполнение и оформление дневника практики.
10.	Подготовка (составление, написание, редактирование иоформление) Отчета о прохождении практики.
11.	Своевременное представление руководителю практики от организации (учреждения, предприятия) и руководителю практики от университета (кафедры) дневника и письменного Отчета о выполнении всех заданий и видов работ.
12.	Защита (вустановленный срок) Отчета о прохождении практикина кафедре маркетинга и логистики.

1. Перечень указанных этапов может быть дополнен и изменен в соответствии с особенностями и спецификой конкретного вида практики, с содержанием и особенностями проводимого студентом исследования, с содержанием выполняемого индивидуального задания и особенностями организации (учреждения, предприятия), выступающей в качестве базы практики.

2. Календарный график представления промежуточных и конечных результатов прохождения практики согласовывается с руководителем практики от университета (кафедры) и с руководителем практики от организации (учреждения,предприятия).

1.2.1 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Прохождение студентами каждого **вида практики** предполагает выполнение определенных видов заданий и работ.Перечень основныхзаданий, трудоемкость их выполнения, а также распределение баллов (по 100-бальной шкале) по видам заданий и работ при прохождении каждого **вида практики** представлены в табл. 4 – 6 .

Таблица 4

Календарный план прохождения учебной практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Трудоемкость в часах
1	2	3
1	Выбор базы практики и оформление согласия предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	
2	Организационная подготовка к практике: сборы по приказу администрации, получения направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	2
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по техники безопасности и охраны на предприятии	2
4	Практика - всего: в том числе:	26
	- ознакомление с Уставом для общей характеристики предприятия;	4
	- исследования организационной структуры управления предприятием;	4
	- анализ деятельности службы маркетинга предприятия	6
	- анализ производственно-хозяйственной деятельности	6
	- систематизацию информации, полученной из научных, литературных, справочных, документальных и других источников	6
5	Выполнение индивидуального задания	12
6	Оформление и составление отчета	10
7	Представление и защита отчета по практике руководителю от университета	2
	Всего	54/(1,5з.е.)

1.2.2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Таблица 5

Календарный план прохождения производственной практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Трудоемкость в часах
1	Выбор базы практики и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	
2	Организационная подготовка к практике: сборы по приказу администрации, получения направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	2
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по техники безопасности и охраны на предприятии	2
4	Практика - всего: в том числе:	40
	- анализ продукции, работ, услуг, организационно-правовой формы объекта исследования	8
	- анализ производственно-хозяйственной деятельности	10
	- анализ маркетинговой деятельности предприятия	14
	- оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия	8
5	Выполнение индивидуального задания	42
6	Оформление и составление отчета	20
7	Представление отчета по практике руководителю от университета	1
8	Защита отчета по практике	1
	Всего	108/(3з.е).

1.2.3. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ, В Т.Ч. ПОДГОТОВКА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ) ПРАКТИКА

Таблица 6

Календарный план прохождения производственной (преддипломной, в т.ч. подготовка дипломной работы) практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Трудоемкость в часах
1	2	3
1	Выбор базы практики и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	
2	Организационная подготовка к практике: сборы по приказу администрации, получения направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	2
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по техники безопасности и охраны на предприятии	2
4	Практика - всего:в том числе:	72
	- экономическая характеристика и оценка внешней (с использованием одного из методов стратегического анализа - SPACE, Портфельный анализ, Матрица Бостонской консультативной группы, Матрица «Мак-Кинзи», Модель PIMS, SWOT-анализ) и внутренней среды предприятия	10

	- анализ маркетинговой деятельности предприятия	10
	Наименование мероприятий	Трудоемкость в часах
	- анализ маркетинговых коммуникаций предприятия	15
	- анализ и оценка конкурентов предприятия	20
	- анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия	17
5	Выполнение индивидуального задания	25
6	Оформление и составление отчета	3
7	Представление отчета по практике руководителю от университета	2
8	Защита отчета по практике	2
	Всего	216/(6з.е.) *

* - 6 из 12з.е. предусмотренных учебным планом для прохождения производственной (преддипломной, в т.ч. подготовка дипломной работы) практики.

1.3 ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ, БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОРЯДОК ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ НА ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ

Настоящая инструкция по охране труда разработана специально для студентов, проходящих производственную практику.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА:

Студенты, проходящие производственную практику (далее – студенты), допускаются к выполнению работ только при наличии соответствующих документов для прохождения практики (направление, индивидуальное задание и т. д.), прохождения вводного инструктажа по охране труда, инструктажа по охране труда на рабочем месте, а также обучения оказанию первой помощи пострадавшим.

Проведение всех видов инструктажей должно регистрироваться в журналах регистрации инструктажей с обязательными подписями получившего и проводившего инструктажи.

Каждому студенту необходимо:

— знать место хранения аптечки первой помощи;

— уметь оказать первую помощь;

— уметь правильно действовать при возникновении пожара.

Студенту следует:

— оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор в гардеробной или иных местах, предназначенных для хранения верхней одежды;

— иметь опрятный вид в соответствии с требованиями делового этикета;

— не принимать пищу на рабочем месте.

Работа студентов при прохождении производственной практики может сопровождаться наличием следующих опасных и вредных факторов:

— работа на персональных компьютерах – ограниченной двигательной активностью, монотонностью и значительным зрительным напряжением;

— работа с электроприборами (приборы освещения, бытовая техника, принтер, сканер и прочие виды офисной техники) – повышенным значением напряжения электрической цепи;

— работа вне организации (по пути к месту практики и обратно) – движущимися машинами (автомобили и прочие виды транспорта), неудовлетворительным состоянием дорожного покрытия (гололед, неровности дороги и пр.).

Помещения, предназначенные для размещения рабочих мест, оснащенных персональными компьютерами, следует оснащать солнцезащитными устройствами (жалюзи, шторы и пр.).

Все помещения с персональными компьютерами должны иметь естественное и искусственное освещение.Запрещается применение открытых ламп (без арматуры) в установках общего и местного освещения.Искусственное освещение на рабочих местах в помещениях с персональными компьютерами следует осуществлять в виде комбинированной системы общего и местного освещения.Местное освещение обеспечивается светильниками, установленными непосредственно на столешнице.Для борьбы с запыленностью воздуха необходимо проводить влажную ежедневную уборку и регулярное проветривание помещения.Рабочее место должно включать: рабочий стол, стул (кресло) с регулируемой высотой сиденья.Студенты несут ответственность в соответствии с действующим законодательством за соблюдение требований настоящей инструкции.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА ПЕРЕД НАЧАЛОМ РАБОТЫ:

Прибыть на работу заблаговременно для исключения спешки и, как следствие, падения и случаев травматизма, при этом:

— не подниматься и не спускаться бегом по лестничным маршам;

— не садиться и не облокачиваться на ограждения и случайные предметы;

— обращать внимание на знаки безопасности, сигналы и выполнять их требования;

— не приступать к работе в состоянии алкогольного или наркотического опьянения.

Осмотреть рабочее место и оборудование. Проверить оснащенность рабочего места необходимым для работы оборудованием, инвентарем, приспособлениями и инструментами. Убрать все лишние предметы.Очистить экран дисплея персонального компьютера от пыли. Отрегулировать высоту и угол наклона экрана.Отрегулировать уровень освещенности рабочего места.Отрегулировать кресло по высоте. Проверить исправность оборудования. О замеченных недостатках и неисправностях немедленно сообщить руководителю практики и до устранения неполадок и разрешения руководителя к работе не приступать.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА ВО ВРЕМЯ РАБОТЫ:

На рабочих местах, оснащенных персональными компьютерами: Экран должен находиться ниже уровня глаз на 5 град, и располагаться в прямой плоскости или с наклоном на оператора (15 град.). Расстояние от глаз оператора до экрана должно быть в пределах 60-80 см. Местный источник света по отношению к рабочему месту должен располагаться таким образом, чтобы исключить попадание в глаза прямого света, и должен обеспечивать равномерную освещенность на поверхности 40 х 40 см, не создавать слепящих бликов на клавиатуре и других частях пульта, а также на экране видеотерминала в направлении глаз работника.Для снижения зрительного

и общего утомления после каждого часа работы необходимо делать перерывы.Необходимо в течение всего рабочего дня содержать в порядке и чистоте рабочее место. В течение рабочей смены экран дисплея должен быть не менее одного раза очищен от пыли. Своевременно убирать с пола рассыпанные материалы, принадлежности, продукты, разлитую воду и пр.

Во время работы запрещается:

— прикасаться к задней панели системного блока (процессора) при включенном питании;

— производить переключение разъемов интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;

— загромождать верхние панели устройств бумагами и посторонними предметами;

— допускать захламленность рабочего места;

— производить отключение питания во время выполнения активной задачи;

— допускать попадание влаги на поверхность системного блока (процессора), монитора, рабочую поверхность клавиатуры, дисководов, принтеров и др. устройств;

— включать сильно охлажденное (принесенное с улицы в зимнее время) оборудование;

— производить самостоятельно вскрытие и ремонт оборудования.

При работе с электроприборами и оргтехникой (персональные компьютеры, принтеры, сканеры, копировальные аппараты, факсы, бытовые электроприборы, приборы освещения):

1. Автоматические выключатели и электрические предохранители должны быть всегда исправны.

2. Изоляция электропроводки, электроприборов, выключателей, штепсельных розеток, ламповых патронов и светильников, а также шнуров, с помощью которых включаются в электросеть электроприборы, должны быть в исправном состоянии.Электроприборы необходимо хранить в сухом месте, избегать резких колебаний температуры, вибрации, сотрясений.

3. Для подогрева воды пользоваться сертифицированными электроприборами с закрытой спиралью и устройством автоматического отключения, с применением несгораемых подставок.

Запрещается:

— пользоваться неисправными электроприборами и электропроводкой;

— очищать от загрязнения и пыли включенные осветительные аппараты и электрические лампы;

— ремонтировать электроприборы самостоятельно;

— подвешивать электропровода на гвоздях, металлических и деревянных предметах, перекручивать провод, закладывать провод и шнуры на водопроводные трубы и батареи отопления, вешать что-либо на провода, вытягивать за шнур вилку из розетки;

— прикасаться одновременно к персональному компьютеру и к устройствам, имеющим соединение с землей (радиаторы отопления, водопроводные краны, трубы и т.п.), а также прикасаться к электрическим проводам, неизолированным и неогороженным токоведущим частям электрических устройств, аппаратов и

приборов (розеток, патронов, переключателей, предохранителей);
— применять на открытом воздухе бытовые электроприборы и переносные светильники, предназначенные для работы в помещениях;
— пользоваться самодельными электронагревательными приборами и электроприборами с открытой спиралью;
— наступать на переносимые электрические провода, лежащие на полу.
При перерыве в подаче электроэнергии и уходе с рабочего места выключать оборудование.

По пути к месту практики и обратно:

1. Избегать экстремальных условий на пути следования.
2. Соблюдать правила дорожного движения и правила поведения в транспортных средствах.
3. Соблюдать осторожность при обходе транспортных средств и других препятствий, ограничивающих видимость проезжей части.

В период неблагоприятных погодных условий (гололед, снегопад, туман) соблюдать особую осторожность.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА В АВАРИЙНЫХ СИТУАЦИЯХ:

Немедленно прекратить работу, отключить персональный компьютер, иное электрооборудование и доложить руководителю работ, если:
— обнаружены механические повреждения и иные дефекты электрооборудования и электропроводки;
— наблюдается повышенный уровень шума при работе оборудования;
— наблюдается повышенное тепловыделение от оборудования;
— мерцание экрана не прекращается;
— наблюдается прыганье текста на экране;
— чувствуется запах гари и дыма;
— прекращена подача электроэнергии.

Не приступать к работе до полного устранения неисправностей.
В случае возгорания или пожара работники (в том числе и студенты, проходящие производственную практику) должны немедленно прекратить работу, отключить электроприборы, вызвать пожарную бригаду по телефону 101, сообщить руководителю работ и приступить к ликвидации очага пожара имеющимися средствами огнетушения.

При обнаружении запаха газа в помещении:
— предупредить работников, находящихся в помещении, о недопустимости пользования открытым огнем, курения, включения и выключения электрического освещения и электроприборов;
— открыть окна (форточки, фрамуги) и проветрить помещение;
— сообщить об этом администрации организации, а при необходимости – вызвать работников аварийной газовой службы по телефону 104.

При несчастном случае:
— освободить пострадавшего от травмирующего фактора,
— поставить в известность руководителя работ,
— оказать пострадавшему первую доврачебную помощь,
— по возможности сохранить неизменной ситуацию до начала расследования причин несчастного случая, если это не приведет к аварии или травмированию

других людей,
— при необходимости вызвать бригаду скорой помощи по телефону 101 или помочь доставить пострадавшего в медучреждение.

1.5 ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ, ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ СТУДЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ, ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

По окончании **периода прохождения практики** студент обязан представить на кафедру двваосновных документа, оформленных в установленном порядке и заверенныхподписью руководителя практики от организации (учреждения, предприятия) и печатью организации (учреждения, предприятия):

- **Дневникпрактики**;
- **Отчет о прохожденииипрактики.**

Данные документы сдаются руководителю практики от университета (кафедры) на бумажном носителе (при необходимости в электронном виде)после окончания периода прохождения практики и хранятся в архиве на экономическом факультете ГОУ ВПО «ДонНУ».

Студент защищает **Отчет о прохождении практики** комиссии в составе 2-3 преподавателей кафедры во главе с руководителемпрактики.

Время и порядок защиты студентами Отчетов о прохождении практики определяются заведующим кафедрой совместно с лицом, ответственным (на кафедре) за организацию и проведение практики.

По результатам прохождения практики и защиты Отчета студенту выставляется **дифференцированный зачет**, который учитывается аналогично оценкам по учебным дисциплинам, заносится в ведомость учета успеваемости и в специальный раздел зачетной книжки.

Студент, который не выполнил *Программу практики* по уважительной причине, направляется на практику повторно, в свободное от учебы время.

Студент, который не выполнил *Программу практики* без уважительной причины, не представил в установленные сроки надлежащим образом оформленные документы о прохождении практики (Дневник практики и Отчет о прохождении практики), получил отрицательный отзыв о своей работе в период прохождения практики либо не защитил Отчет о прохождении практики (получил неудовлетворительную оценку при защите), считается неаттестованным и направляется повторно на практику в свободное оттеоретического обучения время или может быть отчислен из университета, как имеющий академическую задолженность, в порядке, предусмотренном Положением «Об организации учебного процесса» ГОУ ВПО «ДонНУ».

Контроль за прохождением студентом практики осуществляет руководитель практики от организации (учреждения, предприятия) и руководитель практики от университета (кафедры). Периодически – заведующий кафедрой и лицо, ответственное (на кафедре) за организацию и проведение практики.

По результатам **прохождения практики** студент получает

дифференцированный зачет, который выставляется с учетом:

- оценки уровня и качества выполнения студентом различных заданий и видовработ;
- оценки степени достижения поставленной цели и задач практики соответственно структуре и содержанию *Программы практики*;
- характеристики (отзыва) и оценки, выставленной руководителем практики от организации (учреждения, предприятия), на базе которой проходилапрактика;
- характеристики (отзыва) и оценки, выставленной руководителем практики от университета(кафедры);
- оценки качества представленных документов об итогах прохождения практики (**Дневника практики** и **Отчета о прохождениипрактики**);
- оценки (публичной) защиты **Отчета о прохождениипрактики**;
- оценки иных аспектов работы студента в период прохождения практики (например, реализация творческого подхода ит.д.).

По результатам **прохождения практики** студенту выставляется соответствующая**оценка по следующей шкале:**

- **оценка «отлично»** – Отчет полностью отражает цели и задачи практики; содержит информацию, раскрывающую содержание практики, предусмотренное*Программой практики*; Отчет выполнен на высоком уровне соответственно предъявляемым требованиям и представлен в установленный срок; Отчет качественно и аккуратно составлен и оформлен. Студент проявил самостоятельность, творческий подход, прилежание и инициативу в выполняемой работе; продемонстрировал системность мышления в решении типовых профессиональных задач; на высоком уровне выполнил индивидуальное задание. Ответы студента на вопросы руководителя практики носят четкий и аргументированный характер, раскрывают сущность вопросов, подкрепляются положениями и выводами, отраженными в Отчете. Студент в полной мере овладел необходимыми знаниями, умениями, навыками и компетенциями;
- **оценка «хорошо»** – Отчет полностью отражает цели и задачи практики; содержит информацию, раскрывающую содержание практики, предусмотренное*Программой практики*; Отчет выполнен на высоком уровне соответственно предъявляемым требованиям и представлен в установленный срок. Студент проявил самостоятельность, но не проявил инициативу; допустил технические погрешности и неточности в составлении и оформлении Отчета; на высоком (достаточном) уровне выполнил индивидуальное задание. Ответы студента на вопросы руководителя практики не носят четкого характера, но при этом раскрывают сущность вопросов, подкрепляются положениями и выводами, отраженными в Отчете. Студент в достаточной мере проявил теоретические знания,практическиеумения и навыки, а также овладел необходимыми компетенциями;
- **оценка «удовлетворительно»** – Отчет не полностью отражает цели и задачи практики; содержит недостаточно материалов, раскрывающих содержание практики, предусмотренное*Программой практики*; Отчет представлен в установленный срок. Студент не проявил самостоятельности,

творческого подхода и инициативы в выполняемой работе; допустил ошибки в составлении и оформлении Отчета; на удовлетворительном уровне выполнил индивидуальное задание. Ответы студента на вопросы руководителя практики носят поверхностный характер, не раскрывают до конца сущности и содержания вопросов, слабо подкрепляются положениями и выводами, показывают недостаточную глубину проведенного исследования. Студент не в полной мере овладел необходимыми знаниями, умениями, навыками и компетенциями;

- **оценка «неудовлетворительно»** – Отчет выполнен с нарушением целевой установки и задач практики; не раскрывает содержание практики, предусмотренное *Программой практики*; содержит недостаточно материалов, необходимых для ее выполнения. Отчет не соответствует предъявляемым требованиям и представлен несвоевременно; составлен и оформлен некачественно. Студент не выполнил *Программу практики*; обнаружил очевидные пробелы в теоретических знаниях; не проявил соответствующих практических умений и навыков; не выполнил индивидуальное задание или выполнил его на неудовлетворительном уровне. При защите Отчета студент не смог ответить на вопросы руководителя практики. Студент не овладел необходимыми общекультурными, общепрофессиональными и профессиональнымикомпетенциями.

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен,дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

Материально-техническое обеспечение процесса проведения различных **видов практики** предусматривает наличие аудитории, предназначенной для совместной работы студентов и их научных руководителей от университета (кафедры), а также для защиты Отчетов о прохождениипрактики.

Консультации научных руководителей от университета (кафедры) по

вопросам прохождения различных **видов практики** проходят в учебной лаборатории кафедры экономики предприятия (ауд. № 4147-го учебного корпуса), оборудованной необходимым количеством рабочих мест и техническими средствами обучения (мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком с необходимым лицензионным программным обеспечением) с Wi-Fi доступом и выходом в сеть Интернет для обеспечения совместной работы студентов и их научных руководителей, в том числе работы с электронными ресурсами Научной библиотеки ГОУ ВПО «ДонНУ» и других библиотечных баз данных.

В процессе прохождения различных **видов практики** студенты имеют возможность использовать соответствующие учебные и методические материалы, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ГОУ ВПО «ДонНУ».

1.6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Библиотека материалов по экономике и управлению [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.libertarium.ru/library.
2. Научная библиотека Донецкого национального университета [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.library.donnu.ru.
3. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа :http://www.rsl.ru.
4. Учебники, учебные пособия, статьи по экономике и управлению [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.economictheoiY.narod.in; http://www.iqlib.ru.
5. Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.ef.donnu-support.ru.
6. Электронная библиотека (учебники, учебные пособия, статьи по экономике и экономической теории) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aup.ru.
7. Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант», профессиональные поисковые системы«ScienceDirect», «EconLit», информационно-справочная система «Blumberg».
8. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования», режим доступа: http://www.grebennikov.ru
9. Журнал «Управление каналамидистрибуции», режим доступа: http://www.grebennikoff.ru/product/19
10. Журнал «Риск: Ресурсы, Информация,Снабжение», режим доступа: http://www.risk-online.ru
11. Журнал «МаркетингМенеджмент», режим доступа: http://www.marketing-magazine.ru-22

1.7. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная		
№ п/п	**Наименование**	**Количество экземпляров**
1.	Маркетинг : учебник для бакалавров / [Н. М. Кондратенко, М. В. Балашова, Е. С. Бурыкин и др.] ; под общ.ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2012. - 542 с.	1
2.	Балдин, К. В. Информационные системы в экономике: учебник / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. – Москва: Дашков и К, 2010. – 394с.	25
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной Дашков и К 2012 г. 446 страниц. Режим доступа: http://www.knigafund. ru/books/164449	Электронный ресурс
4.	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: Учебное пособие Дашков и К 2012 г. 294 страницы. Режим доступа: http://www.knigafund.ru/books/127753	Электронный ресурс
	Азимов, С. Продажи, переговоры: Практика, примеры / С. Азимов. - Москва [и др.]: Питер, 2013. - 320 с.	1
6.	Борецкая, Н. П. Основы научных исследований: учеб.пособие для студентов / Н. П. Борецкая, Е. В. Кравченко; Донецкий ин-т рынка исоц.политики.–Донецк:Дон.ин-трынкаисоц.политики,2014. – 134 с.	1
7.	Зозулев, А. В. Маркетинг: учеб.пособ. / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина; под ред. С. А. Солнцева. - Киев: Знання; Москва: Рыбари, 2011. - 421 с.	1
8.	Зозулев, А. В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: учеб.пособие для студентов вузов / А. В. Зозулев; Национальный техн. ун-т Украины "Киевский политехн. ин-т". - Киев: Центр учеб.лит. 2010. - 572 с.	45 + эл. версия
9.	Веснин, В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. – 4-е изд. – Москва: Проспект, 2015. – 613 с.	3
10.	Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. С. Жильцов и др.]. - 12-е изд. - М. и др. : Питер, 2007. - 814 с.	2
11.	Котлер, Ф. Латеральный маркетинг : технологии поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес ; пер. с англ. [Т. Виноградовой, Л. Царук]. - Москва : Альпина Паблишерз, 2010. - 204, [1] с.	4
12.	Ламбен, Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен ; Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. - СПб. : Питер, 2004. - 800 с.	2
13.	Зайцев, М. Г. Методы оптимизации управления и принятия решений: примеры, задачи, кейсы / М. Г. Зайцев, С. Е. Варюхин; Институт бизнеса и делового администрирования ИБДА. – [2-е изд. – Москва: Дело, 2008. – 663 с.	2
14.	Зуб, А. Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика: учеб.пособ. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент» и «Гос. упр.» / А. Т. Зуб. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. – 397 с.	2
15.	Ивасенко, А. Г. Информационные технологии в экономике и управлении. – 4-е изд. – М.: КНОРУС, 2013. – 154 с.	1

16.	Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ.ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд. - Москва : Питер, 2008. - 733 с.	1
17.	Бойко, И. И. Классический маркетинг и маркетинговые экспертные оценки: учебное пособие для студентов вузов / И. И. Бойко; Украинский гуманитарный институт. - Киев: Кондор, 2008. - 302 с.	1
18.	Акулич, И. Л. Маркетинг : Учеб. для студентовэкон. специальностейвузов / И. Л. Акулич. - 3-е изд. - Минск : Вышэйш. шк., 2004. - 464 с.	8
19.	Анурин В. Ф. Маркетинговыеисследованияпотребительскогорынка : Уникал. отечеств. опыт / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - СПб. : Питер ; М. и др., 2004. - 269 с.	2
20.	Кожухар, В. М. Основы научных исследований: учеб.пособие / В. М. Кожухар. – М.: Дашков и К, 2010. – 216с.	30
21.	Костров, А. В. Основы информационного менеджмента: учеб.пособие / А. В. Костров. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2009. – 527 с.	33
22.	Черник, Н. Ю. Товарнаяполитикапредприятия : Учеб. пособие для студентоввузовспециальности "Маркетинг" / Н. Ю. Черник. - Минск : БГЭУ, 2004. - 278 с.	2
23.	Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз / И. К. Беляевский. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 320 с.	2
24.	Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : Учебник / Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. :Финпресс, 2003. - 493 с.	3
25.	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / Л. С. Драганчук. - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 192 с.	2
26.	Лукичева, Л. И. Менеджмент организации: теория и практика / Л. И. Лукичева, Е. В. Егорычева; под ред. Ю. П. Анискина. – Москва: Омега-Л, 2011. – 488с.	2
27.	Мартынец, Л. А. Менеджмент организаций: метод.пособие / Л. А. Мартинець]. – Донецк, 2013. – 142с.	20
28.	Николайчук, В. Е. Менеджмент организаций и процессов: учеб.пособие на основе афоризмов, шуток, мыслей / В. Е. Николайчук. – Донецк: Донбасс, 2011. – 949 с.	2
29.	Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований: учеб.пособие / М. Ф. Шкляр. – 3-е изд. – М.: «Дашков и К», 2010. – 243с.	43
Наименований: 29		***241 печатное изданиеи3 электронных ресурса***

Дополнительная

№ п/п	**Наименование**	**Количество экземпляров**
1.	Бойко, И. И. Классический маркетинг и маркетинговые экспертные оценки: учебное пособие для студентов вузов / И. И. Бойко; Украинский гуманитарный институт. - Киев: Кондор, 2008. - 302 с.	1

2.	Блохина, Т. К. Экономика и управление инновационной организацией: учебник для бакалавров и магистров / Т. К. Блохина, О. Н. Быкова, Т. К. Ермолаева; ФГБОУ ВПО РГАИС. - Москва: Проспект, 2015. - 427 с.	1
5	Балдин, К. В. Информационные системы в экономике: Учеб.для студентов вузов / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. – М.: Дашков и К, 2010. – 394 с.	37
6.	Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений: Учебное пособие / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 384 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://znanium.com/bookread2.php?book=414580.	электронный ресурс
7.	Батра, Р. Рекламный менеджмент : Пер. с англ. / Р. Батра, Д. Дж. Майерс, Д. А. Аакер. - 5-е изд. - М. и др. : Вильямс, 2000. - 784 с.	1
8.	Бевзенко, В. Ф. Маркетинг торговли : Учеб.пособие для экон. специальностей / В. Ф. Бевзенко, И. В. Балабанова, И. Х. Баширов ; Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. - Донецк : Юго-Восток, 2004. - 148 с.	1
9.	Белявцев, М. И. Маркетинг : учеб.пособие для студентов по направлению "Экономика и предпринимательство" / М. И. Белявцев, Л. М. Иваненко ; Донец. нац. ун-т. - Донецк :ДонНУ, 2003. - 339 с.	1
10.	Березкина, О. П. Productplacement : технологии скрытой рекламы / Ольга Березкина. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2009. - 206 с.	1
11.	Васильев, Г. А. Основы рекламной деятельности : Учеб.пособие для студентов вузов по специальности 061500 "Маркетинг" / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : ЮНИТИ, 2004. - 414 с.	20
12.	Ковалев, В. В. Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. – М.: Проспект, 2007. – 352 с.	50
13.	Кремер, Н. Ш. Эконометрика: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Н. Ш. Кремер, Б. А. Путко; под ред. Н. Ш. Кремера. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 310,[1]с.	69
14.	Розанова Н.М., Зороастрова И.В. Экономический анализ фирмы и рынка: учебник Юнити-Дана 2012 г. 279 страниц. Режим доступа: http://www.knigafund.ru/books/122650	Электронный ресурс
15.	Гнатюк, О. Л. Основы теории коммуникации : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 050400 "Социально-экономическое образование" / О. Л. Гнатюк. - Москва :КноРус, 2010. - 255, [1] с.	2
16.	Гринберг, Т. Э. Политические технологии :ПР и реклама / Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 317 с.	17
17.	Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: монография / А.В. Христофоров, И.В. Христофорова, А.Е. Суглобов [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.Е. Суглобова. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 159 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: http://www.znanium.com]. — (Научная мысль). Режим доступа: https://doi.org/10.12737/13266.	Электронный ресурс
18.	Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ.ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд. - Москва : Питер, 2008. - 733 с.	1
19.	Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. - 17-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2008. - 483 с.	1

20.	Капон, Н. Управление маркетингом: [учебник] / Н. Капон, В. Б. Колчанов, Д. Макхалберт; [пер. с англ. В. Б. Колчанова]. - Москва [и др.]: Питер, 2010. - 832 с.	2
21.	Статистика рынка товаров и услуг: Учебник для вузов по направлению и спец. "Статистика" / Беляевский, И. К., Кулагина, Г. Д., Коротков, А. В. ; Под ред. И. К. Беляевского. - М. : Финансы и статистика, 1995. - 432 с.	6
22.	Рой, О. М. Исследования социально-экономических и политических процессов: практикум / О. М. Рой, А. М. Киселева и др. – СПб.: Питер, 2007. – 363 с.	1
23.	Скворцов, Л. И. Культура русской речи: словарь-справочник / Л. И. Скворцов. – 4-е изд. – М.: Академия, 2010. – 218, [2]с.	126
24.	Голуб, И. Б. Культура письменной и устной речи: учеб.пособие / И. Б. Голуб. – М.: Кнорус, 2010. – 264 с.	1
Наименований: 24		***397 печатных издания и 3 электронных ресурса***

2. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИК ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

В соответствии с требованиями ГОС ВПО (государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования) подготовки кадров высшей квалификации студенты магистратуры, обучающиеся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг, должны закрепить знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, выработать практические навыки, получить подтверждение полученным знаниям, собрать теоретический и практический материал для выполнения магистерской диссертации.

Прохождение различных видов практики студентами магистратуры, обучающимися по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг, является обязательной составляющей учебного процесса, предусмотренного ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации и составной частью ООП (основной образовательной программы) ВПО.

Прохождение студентами различных видов практики организуется врамках общей концепции магистерской подготовки по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг, и является продолжением учебного процесса в производственных условиях конкретной организации (учреждения, предприятия) – базы практики.

Прохождение студентами магистратуры, обучающимися по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг, различных видов практики нацелено на их подготовку к решению практических задач в процессе осуществления различных видов профессиональной деятельности, в том числе научно-исследовательской и педагогической деятельности, на формирование профессионального мышления и мировоззрения, а также на формирование практического опыта в сфере менеджмента и маркетинга.

2.1 СОБЛЮДЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ГОС ВПО К ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ

Практика – это вид учебной работы, направленный на развитие практических умений и навыков, а также на формирование компетенций студентов в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональнойдеятельностью.

Настоящая **Программа практик** разработана в соответствии с такими основными нормативно-правовыми документами:

- Законом Донецкой Народной Республики «Об образовании» № 55-IНС от 19.06.2015 г.;
- Приказом № 380 МОН ДНР «Об утверждении Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 07.08.2015 г.);
- Положением № 386 «Об организации учебного процесса

в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 20.08.2015г.);

- Приказом № 750 МОН ДНР «О внесении изменений в Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 30.10.2015г.);
- Положением № 783 «Об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 26.11.2015г.);
- Приказом № 911 МОН ДНР «Об утверждении Типового положения о практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 16.12.2015г.);
- Типовым положением № 888 «О практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 13.01.2016г.);
- Приказом № 832 МОН ДНР «О внесении изменений в Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 10.08.2016 г.);
- Изменениями к Положению «Об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (№ 1535 от 02.09.2016г.);
- Приказом № 1011 МОН ДНР «О внесении изменений в Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» (от 28.09.2016 г.);
- Изменениями к Положению «Об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессиональногообразования Донецкой Народной Республики» (№ 1647 от 20.10.2016 г.);
- Положением ГОУВПО «Донецкий национальный университет» «О практике студентов, осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования» (Приказ ректора ГОУ ВПО «ДонНУ» № 256/05 от 30.12.2016г.)

В соответствии с требованиями ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг, программа подготовки магистров в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» (далее – ГОУ ВПО «ДонНУ») предусматривает прохождение студентами различных **видов практики.**

В соответствии с учебными планами ГОУ ВПО «ДонНУ» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг), в программе подготовки магистров предусмотрены такие **виды практики**: **педагогическая, учебная**; **научно-исследовательская (в т.ч. НИР)** практика; **преддипломная (**в том числе подготовка **магистерской диссертации)** практика.

Педагогическая практика проводится с цельюформирования у магистрантов навыков и умений, необходимых для проведения лекционных и практических занятий.Базой педагогической практики является кафедра маркетинга и логистики. Допускается также прохождение практики в других учебных заведениях, предоставляющих письма-ходатайства, где возможно выполнение в полном объеме программы практики.

Учебная практика направлена на фактическое ознакомление магистров с опытом текущего функционирования предприятия или организации, а также с современными подходами к маркетинговому управлению. Проводится с целью проверки способности магистрантов к самостоятельной трудовой деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

Научно-исследовательская (в т.ч. НИР) практика предназначена для апробации результатов научно-исследовательской деятельности обучающегося в производственных условиях и их внедрения в практическую деятельность предприятия. Конкретные виды работ определяются индивидуальным учебным планом обучающегося и темой научно-квалификационной работы, в рамках которой выполняется научно-исследовательская деятельность.

Научно-исследовательская (в т.ч. НИР) практика проводится с целью формирования у обучающихся компетенций, необходимых для научно-исследовательской деятельности в области маркетинга; проведения магистрантом научного исследования, выполнения конкретных проектов по совершенствованию систем управления маркетингом в целом или определенных подсистем в соответствии с выбранной темой, целью и задачами магистерской диссертации на основе применения теоретических знаний, полученных за период обучения в магистратуре.

Преддипломная практика (в том числе подготовка **магистерской диссертации)**, проводится с целью закрепления, расширения и углубления теоретических и практических знаний, умений, навыков и компетенций, полученных при изучении теоретических и прикладных учебных дисциплин общенаучного и профессионального блока подготовки, развития практических знаний, умений и навыков профессиональнойдеятельности,формирования компетенций (общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных) магистра по маркетингу, формирования профессионального мировоззрения и практического профессионального опыта, а также с целью проверки готовности магистрантов к осуществлению самостоятельной профессиональной деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

Практика студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг), является обязательной составляющей учебного процесса, предусмотренного ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации и составной частью ООПВПО.

Практика имеет своей основной задачей закрепление теоретических знаний, полученных магистрантами в процессе обучения в университете, на основе глубокого изучения работы организации (учреждения, предприятия), на базе которой проходит практика, овладение производственными умениями и навыками, а также передовыми методами работы.

В соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг) основными **видами практики** студентов магистратуры являются **педагогическая**, **учебная, научно-исследовательская (в т.ч. НИР) практика, преддипломная (в т.ч. подготовка МД)** практика.

Организация и проведение всех **видов практики** студентов магистратуры направлена на получение профессиональных знаний, умений, навыков и опыта профессиональной деятельности, а также на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций магистра, необходимых для успешного осуществления будущей профессиональной деятельности.

Информация о прохождении различных **видов практики** студентами магистратуры направления подготовки представлена в табл. 2.1.

Порядок организации практики, **виды** практики, **формы** и **способы** ее проведения, **трудоемкость, распределение** по периодам обучения и **сроки** проведения устанавливаются в соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг); Положением ГОУ ВПО «ДонНУ» «О практике студентов, осваивающих ООП ВПО»; рабочими учебными планами и календарным графиком учебного процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг).

В процессе прохождения всех **видов практики** магистранты должны закрепить и развить теоретические знания, практические умения, навыки и компетенции, полученные при изучении теоретических и прикладных учебных дисциплин общенаучного и профессионального блока подготовки, расширить и углубить профессиональные знания, а также сформировать практические умения и навыки решения профессиональных задач в сфере менеджмента и маркетинга. Знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные магистрантами в процессе прохождения различных видов **практики**, будут необходимыми и полезными для составления **Отчета о прохождении практики**, а также для подготовки **магистерской диссертации**.

Место, **время** и **сроки** (календарный период) проведения различных видов **практики** определяются ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг), рабочими учебными планами, календарным графиком учебного процесса и соответствующей *Программой практики*.

Таблица 2.1

Информация о прохождении практики студентами магистратуры
направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг

№ п/п	Вид практики	Трудоемкость практики (зач.ед.)**	Трудоемкость практики (час.)	Продолжительность практики(количество недель)	Распределение по периодам обучения (семестрам)	Форма контроля
1.	**Производственная (Педагогическая)** практика	3	108	2	2	Дифференцированный зачет
2.	**Учебная** практика	3	108	2	2	Дифференцированный зачет
3.	**Научно-исследовательская** практика	3	108	2	4	Дифференцированный зачет
4.	**Научно-исследовательская (в т.ч. НИР) практика**	6	216	4	4	Дифференцированный зачет
5.	Производственная (**преддипломная**, в том числе подготовка **магистерской диссертации**) практика	12	432	8	4	Дифференцированный зачет

Студенты магистратуры проходят **практику** в соответствии с Приказом ректора ГОУ ВПО «ДонНУ», в котором указывается база практики, срок (календарный период) ее прохождения и руководитель практики от университета(кафедры).

К прохождению **практики** допускаются магистранты, прослушавшие и изучившие теоретические и прикладные учебные дисциплины общенаучного и профессионального блока подготовки.

Базамипрактики могут выступать:

- организации (учреждения, предприятия) любой организационно-правовой формы (коммерческие и некоммерческие; государственные, муниципальные, частные, общественные и т.д.), которые одновременно могут являться местами основной работыстудентов;
- научно-исследовательские организации и учреждения, осуществляющие деятельность в сфере экономики, менеджмента, маркетинга;
- организации и учреждения системы высшего либо среднего профессионального образования, в том числе ГОУ ВПО «ДонНУ», его отдельные структурные подразделения (например, выпускающие кафедры, учебные лаборатории кафедр, межкафедральные лаборатории ит.д.).
- промышленные предприятия различных форм собственности;
- государственные организации (учреждения,предприятия);
- органы государственной власти и управления;
- органы муниципальной власти иуправления;
- муниципальные организации (учреждения,предприятия);
- иные некоммерческие и коммерческие организации (учреждения, предприятия);
- общественныеорганизации;
- маркетинговые агентства, исследовательские и консалтинговые компании;
- рекламные агентства и ПР-агентства;
- международные, иностранные компании и ассоциации и их представительства;
- международные, маркетинговые отделы и другие подразделения предприятий и организаций, ведущих внешнеэкономическую деятельность;

Учебная практика может быть организована и проводиться в ГОУ ВПО «ДонНУ», непосредственно в его отдельных структурных подразделениях (например, в учебной лаборатории кафедры маркетинга и логистики, в межкафедральной лаборатории экономического факультета ит.д.).

Педагогическая практикаможет быть организована и проводиться в ГОУ ВПО «ДонНУ» на кафедре маркетинга и логистики, а также в других учебных заведениях, предоставляющих письма-ходатайства, где возможно выполнение в полном объеме программы практики.

Научно-исследовательская практика организуется и проводится в ГОУ ВПО «ДонНУ», непосредственно в его отдельных структурных подразделениях (например, в учебной лаборатории кафедры маркетинга и

логистики, в межкафедральной лаборатории экономического факультета и т.д.), научно-исследовательских институтах; маркетинговых агентствах, исследовательских и консалтинговых компаниях; рекламных агентствах и ПР-агентствах; международных, иностранных компаниях и ассоциациях и их представительствах; международных, маркетинговых отделах и другие подразделениях предприятий и организаций, ведущих внешнеэкономическую деятельность.

Научно-исследовательская (в т.ч. НИР) практика может быть организована и проводиться в научно-исследовательских организациях и учреждениях, осуществляющих деятельность в сфере экономики, менеджмента, маркетинга (например, в ГУ «Институт экономических исследований» ит.д.).

Место прохождения практики может быть выбрано магистрантом самостоятельно, при условии соответствия базы практики требованиям ГОС ВПО и ООП ВПО, а также содержанию соответствующей*Программыпрактики*, в зависимости от выбранного направления проводимого исследования в рамках утвержденной темы магистерской диссертации с учетом научных интересовмагистранта.

Прохождение магистрантом различных **видов практики** осуществляется на основании соответствующего **договора** «О проведении практики студентов», заключенного между ГОУ ВПО «ДонНУ» и организацией (учреждением, предприятием) – базойпрактики;

Для руководства практикой, проводимой на базе ГОУ ВПО «ДонНУ», назначается руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу (ППС) кафедры маркетинга и логистики.

Для руководства практикой, проводимой в организациях (учреждениях, предприятиях), назначается руководитель практики от ГОУ ВПО «ДонНУ» (из числа лиц, относящихся к ППС кафедры маркетинга и логистики) и руководитель практики от организации (учреждения, предприятия) – базы практики.

Характеристика основных компетенций, знаний, умений и навыков, формируемых в результате прохождения различных **видов практики:**

В результате прохождения производственной (**педагогической)** практики студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу(ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала(ОК-4);
- способностью самостоятельно принимать решение и нести ответственность за их реализацию (ОПК-4);
- способностью к планированию и организации инновационной деятельности (ОПК-7);
- способность в осуществлении учебного процесса (ПК-6);

В результате прохождения **учебной** практики студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала(ОК-4);
- способностью самостоятельно принимать решение и нести ответственность за их реализацию (ОПК-4);
- способность к планированию и организации инновационной деятельности (ОПК-7);
- способность оценивать влияние внешней среды на функционирование предприятий, организаций (ПК-1).

В результате прохождения **научно-исследовательской (в т.ч. НИР)** практики студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала(ОК-4);
- способностью к планированию и организации инновационной деятельности (ОПК-7);
- способностью разработать бренд (предприятия, продукции, услуг, проектов и др.) (ОПК-9);
- способностью разработать программы обеспечения качества продукции (ОПК-12);
- способностью проводить сравнительно-аналитический мониторинг качества продукции конкурентов (ОПК-13);
- способностью организовать работу субъекта предпринимательской деятельности (ОПК-18);
- способностью оценивать влияние внешней среды на функционирование предприятий, организаций (ПК-1);
- способностью к формированию методологии и принципов объективности научного поиска (ПК-8);
- способностью разрабатывать алгоритм проведения научного исследования, составлять календарный план научного исследования (ПК-10).

В результате прохождения **преддипломной (в т.ч. подготовка МД)** практики студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала(ОК-4);
- способностью самостоятельно принимать решение и нести ответственность за их реализацию (ОПК-4);
- способностью к планированию и организации инновационной деятельности (ОПК-7);
- способностью разработать бренд (предприятия, продукции, услуг, проектов и др.) (ОПК-9);
- способностью разработать программы обеспечения качества продукции (ОПК-12);
- способностью проводить сравнительно-аналитический мониторинг

качества продукции конкурентов (ОПК-13);

- способностью организовать работу субъекта предпринимательской деятельности (ОПК-18);

- способностью оценивать влияние внешней среды на функционирование предприятий, организаций (ПК-1);

- способностью к формированию методологии и принципов объективности научного поиска (ПК-8);

- способностью разрабатывать алгоритм проведения научного исследования, составлять календарный план научного исследования (ПК-10);

Практика как вид учебных занятий является продолжением учебного процесса в производственных условиях конкретной организации (учреждения, предприятия) – базы практики и нацелена на подготовку студентов магистратуры, обучающихся понаправлению 38.04.02 Менеджмент (Профиль:Маркетинг) к решению практических задач в процессе осуществления различных видов профессиональной деятельности, в том числе научно-исследовательской и педагогической.

Целью учебной практики является получение магистрантами первичных профессиональных умений, навыков и компетенций на основе закрепления и расширения теоретических и практических знаний, умений, навыков и компетенций, приобретенных при изучении теоретических и прикладных учебных дисциплин общенаучного и профессионального блока подготовки, а также формирование первоначального практического опыта, необходимого для успешного осуществления будущей профессиональной деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

Основные **задачи учебной практики**:

При прохождении практики в коммерческих организациях:

- общая характеристика предприятия, вид предприятия, отраслевая принадлежность, организационно-правовая форма;

-оценка состояния отрасли, в которой работает предприятие; роль и тенденции развития предприятия внутри отрасли;

- факторы внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность предприятия;

- оценка основных технико-экономических показателей работы предприятия;

- управление предприятием, тип организационной структуры управления, применяемый на предприятии;

- описание функций экономических служб предприятия: финансовой,маркетинговой и др.;

- маркетинговая работа на предприятии;

- структура отделов маркетинговой функции предприятия, обязанности работников маркетинговой службы;

- анализ применяемых инструментов маркетинга;

- оценка маркетинговой деятельности в целом.

При прохождении практики в некоммерческой организации:

- ознакомление с соответствующими законодательными и инструктивными материалами, определяющими развитие данной сферы по профилю некоммерческой организации;

- ознакомление со структурой некоммерческой организации и ее функциями;

- изучение показателей хозяйственной деятельности;

- управление предприятием, тип организационной структуры управления, применяемый на предприятии;

- описание функций экономических служб предприятия: финансовой,маркетинговой и др.;

- изучение возможностей маркетинга в деятельности некоммерческих организаций;

- изучение роли потребителя, методов исследования их потребностей;

- изучение моделей управление маркетингом и маркетинговой деятельностью.

В результате прохождению учебной практики обучающийся должен:

знать

- организационную структуру управления предприятием (организацией);

- основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления;

- функциональные обязанности работников службы маркетинга;

- нормативно-техническую документацию;

- виды технологического и транспортно-складского оборудования;

- методику определения уровня производственных и сбытовых запасов, показателей качества и материалоемкости продукции;

- сущность и содержание инструментария маркетинговой деятельности предприятия;

- основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития;

- основные информационные технологии управления бизнес-процессами

уметь

- пользоваться стандартами, инструкциями и другими видами нормативно-технических документов;

- планировать и организовывать практические исследования;

- проводить количественные и качественные исследования, использовать современные методы сбора, анализа и обработки научной информации;

- в соответствии с поставленной исследовательской задачей осуществлять поиск необходимой информации из различных источников, а также ее обработку;

- проводить анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых достижений;

- давать оценку уровню качества продукции, уровню использования производственных мощностей и материальных ресурсов;

- давать оценку оптимальности каналов товародвижения;

- применять полученные практические знания при выполнении учебных и научно-исследовательских работ;

владеть

- навыками выражения своих мыслей в межличностном и деловом общении; экономическими методами анализа;

- математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих и маркетинговых задач;

- навыками работы с программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами интернет – технологий;

- современными инструментальными средствами, позволяющими реализовывать разработанные аналитические решения;

- навыками разработки аналитических решений в области маркетингового управления.

Целью производственной (педагогической) практики является формирование у магистрантов навыков и умений, необходимых для проведения лекционных и практических занятий.

***Задачами производственной (педагогической) практики* являются:**

- обеспечение становления профессионального научно – исследовательского и аналитического мышления магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах преподавателя Высшего учебного заведения;

- формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований и применении их в педагогической деятельности;

- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;

- самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе научно – исследовательской и педагогической деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний;

- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий.

В результате прохождения производственной (***педагогической) практики*** практикант должен:

Знать

- содержание государственного образовательного стандарта;

- структуру рабочего учебного плана;

- изучить рабочие программы и учебно–методические материалы;

- освоить организационные формы и методы обучения в высшем учебном заведении;

- концепции и модели образовательных систем в мировой и отечественной педагогической практике;

Уметь

- применять современные образовательные технологии;

-принимать непосредственное участие в учебном процессе, выполнив педагогическую нагрузку, предусмотренную индивидуальным планом;

- моделировать стратегию и технологию общения в учебном процессе для решения конкретных профессионально-педагогических задач

Владеть

- практическими навыками учебно–методической работы в Высшей школе;

- навыками организации и проведения занятий с использованием новых технологий обучения;

- культурой общения, искусством риторики и навыками деловых коммуникаций.

Целью научно-исследовательской практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (научно-исследовательской) является формирование у обучающихся компетенций, необходимых для научно - исследовательской деятельности в области маркетинга; проведение магистрантом научного исследования, выполнение конкретных проектов по совершенствованию систем управления маркетингом в целом или определенных подсистем в соответствии с выбранной темой, целью и задачами магистерской диссертации на основе применения теоретических знаний, полученных в период обучения в магистратуре университета.

Основные задачи научно – исследовательской практики:

- формирование профессиональных, коммуникативно-организационных и инструментальных компетенций магистранта;

- применение и углубление теоретических знаний и ранее полученных навыков в решении конкретных научно-практических, организационно-экономических и управленческих задач;

- развития умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности с применением современных методов исследования;

- развитие умения разрабатывать модели организационно-экономических систем маркетинга на основе расчетов эффективности их применения;

- сбор материалов по теме магистерской диссертации.

Полнота и степень детализации решения этих задач определяется особенностями конкретной организации - базы практики и темой магистерской диссертации.

В результате прохождения ***научно–исследовательской практики*** практикант должен:

Знать

- общие функции управления (планирование, организацию, мотивацию, контроль, регулирование и координацию);

- подразделения служб маркетинга и сбыта (продаж), их конкретные функции в соответствии с темой магистерской диссертации, используя для этого

положения об отделах и службах, должностные инструкции;

- технологию маркетингового управления с учетом состава и последовательности принятия решений, состав и последовательность выполнения важнейших функций по рассматриваемой проблеме;

- количественный и качественный состав менеджеров и специалистов, занятых в маркетинговых подразделениях;

- состав и формы документов, используемых службами маркетинга и сбыта для выполнения своих функций;

- состав технических средств, средств связи, периферийных устройств, компьютерной техники, используемых при выполнении функций (процессов) управления маркетингом;

уметь

- составить задание на организационное проектирование, в котором отразить цели совершенствования системы управления маркетингом, сформулировать перечень проектных решений по рассматриваемой проблеме с их краткой характеристикой, указать предполагаемые затраты, факторы и источники экономической и социальной эффективности проектных предложений.

Целью научно-исследовательской (в.т.ч. НИР) практики является приобретение, расширение, углубление и развитие практических умений и навыков проведения магистрантами самостоятельных научных исследований (включая освоение методов поиска источников информации об объекте и предмете исследования, реализацию необходимых способов обработки собранных данных, систематизацию, осмысление, обобщение и преобразование материалов в исследовании актуальной научной проблемы), необходимых для разработки оригинальных научных идей и предложений, для подготовки научных публикаций и написания магистерской диссертации, а также приобретение первичного опыта научно-исследовательской деятельности, необходимого для успешного решения практических задач в сфере менеджмента и маркетинга.

Основные **задачи научно-исследовательской в т.ч. НИР) практики**:

- выявить и изучить современные тенденции и актуальные проблемы в сфере менеджмента и маркетинга, а также определить основные пути их решения в условиях неопределенности и риска;

- приобрести опыт в исследовании актуальной научной проблемы, составляющей предмет магистерской диссертации;

- овладеть навыками сбора, обработки и систематизации научного материала по проблемам менеджмента и маркетинга, а также умениями анализа и обобщения фактологических и статистических данных,необходимыхдля проведения научно-исследовательской работы и подготовки (написания) магистерской диссертации;

- развить умения и навыки по формированию базы знаний, проведению верификации и структуризации информации, осуществлению научно-исследовательской и инновационной деятельности для получения новых

знаний, их систематического применения для экспертной оценки реальных экономических и управленческих ситуаций, научиться оценивать полноту и качество имеющихся знаний, соотносить эти знания с имеющимися отечественными и зарубежными исследованиями с целью их практического применения;

- выработать навыки и овладеть методами самостоятельного проведения анализа результатов проделанной научно-исследовательской (аналитической) работы, способствующих развитию личности современного исследователя;
- сформировать и развить умения интерпретировать результаты проведенных научных исследований с целью разработки перспективных направлений инновационного развития экономики на национальном и региональном (муниципальном) уровне;
- сформировать умения и навыки представления результатов научно-исследовательской (аналитической) работы для других специалистов, а также отстаивания своих позиций в профессиональной среде, нахождения компромиссных и альтернативных управленческих решений;
- сформировать способности к самосовершенствованию, расширению границ научных и профессионально-практических познаний, использованию современных методов и средств познания для повышения уровня интеллектуального и культурного развития.

Целью производственной (преддипломной (в т.ч. подготовка МД)) практики является получение и развитие профессиональных умений, навыков и компетенций магистрантов, формирование опыта профессиональной деятельности, а также проверка готовности магистрантов к осуществлению самостоятельной трудовой деятельности в сфере менеджмента и маркетинга.

Основные **задачи производственной (преддипломной (в т.ч. подготовка МД)) практики**:

- определение направлений маркетинговой деятельности предприятия (организации);
- овладение практическими навыками и передовыми методами управления маркетинговой деятельностью;
- провести исследование рыночной ситуации и определить конкурентное положение предприятия;
- сбор, обработка и анализ фактического материала, распорядительно-управленческой документации, необходимой для выполнения магистерской диссертации;
- апробация конкретных предложений по совершенствованию теоретических и практических аспектов управления в маркетинговых системах; способов, приемов и методик решения практических маркетинговых задач, необходимых для обоснования студенту-магистранту;
- приобретение практического опыта работы с современными средствами информационных технологий;
- овладение приемами и методами практического маркетинга, позволяющего обеспечить достижение предприятием поставленных целей;

- выявить, изучить и охарактеризовать актуальные проблемы в сфере маркетинговой деятельности предприятия (организации), определить основные пути их решения в условиях неопределенности и риска;

- обеспечение психологической адаптации студентов к будущей профессии.

В результате прохождения производственной (преддипломной (в т.ч. подготовка МД)) практики обучающийся должен:

знать

-принципы организации и особенности проведения маркетинговых исследований;

- основные теории, принципы и концепции управления маркетинговой деятельностью;

- теоретические аспекты и маркетинговые подходы к решению корпоративных проблем рыночного участия выбранного объекта исследования;

- содержание и взаимозависимость основных элементов процесса стратегического, тактического и операционного планирования маркетинга в современной организации;

- теоретические и практические подходы к источникам, обеспечивающим конкурентное преимущество в целевом сегменте сбыта;

уметь

- осуществлять сбор информации для оценки экзогенной (внешней) маркетинговой среды рынка, мотивации потребителей, а также эндогенной (внутренней) маркетинговой среды;

– изучить структуру службы маркетинга на предприятии, ее цели и задачи, достоинства и недостатки, пояснить место подразделения маркетинга в организационной структуре предприятия;

- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;

- описать методы и приемы информационного обеспечения маркетинга;

- дать характеристику применяемым методам маркетинговых исследований;

- предложить схему информационной поддержки взаимоотношений предприятия с потребителями, поставщиками, партнерами;

- разработать стратегию ценообразования на предприятии (на примере одного товара (услуги) или одной товарной группы);

- обосновать стратегию маркетинговой коммуникации предприятия;

- выбирать адекватные задачам методы сбора, получения и анализа информации;

- оценить функциональные задачи службы маркетинга на предприятии, направления взаимодействия отдела маркетинга с другими подразделениями;

- разрабатывать конструктивные рекомендации для руководства в целях повышения рыночной устойчивости организации;

- определить типы и методы маркетингового контроля на предприятии, дать им оценку;

владеть

- современными маркетинговыми стратегиями и технологиями;
- приемами разработки маркетингового проекта и его реализации в практике рыночного взаимодействия с использованием принципа партнерства;
-методологией функционального моделирования бизнес-процессов информационного обеспечения маркетинговой деятельности;
- навыками применения современных форм и методов маркетингового исследования;
- методикой проведения маркетингового исследования рыночной среды и конкурентоспособности;
- статистическими, квалиметрическими и математическими методами анализа рыночной информации;
- навыками деловыхкоммуникаций.

При прохождении различных **видов практики** магистрантам следует ознакомиться с литературой и другими источниками информации, в которых описывается не только отечественный, но и зарубежный опыт деятельности организаций (учреждений, предприятий) в сфере экономики и управления, на основе работы с библиотечным фондом научной библиотеки ГОУ ВПО «ДонНУ», а также с Интернет-ресурсами с целью поиска, изучения, систематизации, анализа и обобщения информации, необходимой для выполнения различных заданий и видов работ, а также для составления и написания **Отчета о прохождениипрактики**.

2.2. ВИДЫ ПРАКТИК

2.2.1. Производственная (педагогическая) практика

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры.

Таблица 2.2

Календарный план прохождения производственной (педагогической) практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	2	3
1	Выбор базы практики и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	за 2 недели до начала практики
2	Организационная подготовка к практике: сборы по приказу администрации, получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана;	1

	консультация с руководителем от университета	
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по технике безопасности и охране труда	1
1	2	3
4	Педагогическая практика - всего: в том числе:	58
	- ознакомление с нормативными документами планирования учебного процесса;	8
	- посещение методических семинаров кафедры;	6
	- посещение лекционных и семинарских занятий ведущих преподавателей кафедры с целью ознакомления с методикой и практикой их проведения	24
	- работа со специальной научно-методической литературой	10
	- подготовка пробной лекции по изучаемой проблеме	10
5	Разработка материалов и проведение лекционных и семинарских занятий	28
6	Оформление и составление отчета	18
7	Представление отчета по практике руководителю	1
8	Защита отчета по практике	1
	Всего	108/(3з.е.)

2.2.2. Учебная практика

Программа практики предполагает обязательное выполнение каждым студентом магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры в соответствии с темой исследования студента магистратуры.

Таблица 2.3

Календарный план прохождения учебной практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	2	3
1	Выбор базы практики и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	за 2 недели до начала практики
2	Организационная подготовка к практике: сборы по приказу администрации, получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	1
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по технике безопасности и охране труда	1
4	Учебная практика - всего: в том числе:	60
	- ознакомление с нормативными документами организации	8

	- анализ отчетной документации предприятия;	12
	- изучение маркетинговой деятельности предприятия;	20
	- сбор и систематизация теоретического материала и статистической информации для отчетной документации (выполнения индивидуального задания).	20
5	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	24
6	Оформление и составление отчета	18
7	Представление и защита отчета по практике	4
	Всего	108/(3з.е.)

В период прохождения практики студенты осуществляют сбор материала, его первичную обработку.

При прохождении практики студенты присутствуют в подразделениях наравне со штатными сотрудниками и работают над документами и отчетом по практике.

Учебная практика содержит ряд ключевых этапов.

Подготовительный (ознакомительный) этап предусматривает определение цели, места и порядка прохождения практики, формирование индивидуального задания на практику, определение перечня и последовательности работ для реализации индивидуального задания (формирование плана исследования).

Таким образом, на первом этапе осуществляются следующие виды деятельности:

- получение допуска к прохождению практики;
- получение задания (в т.ч. индивидуального) в соответствии с программой практики;
- подбор материала для прохождения практики.
- подбор литературы.
- ознакомление с организацией – базой практики (устав, структура).

Основные формы текущего контроля:

- распоряжение о допуске к прохождению практики.
- присутствие на установочном инструктаже по правилам внутреннего распорядка и технике безопасности.
- представление плана работы по заданию обучающегося (в т.ч. индивидуальному).
- определение соответствия условий базы практики программе практики;
- мониторинг присутствия обучающихся на практике и своевременного выполнения заданий;
- контроль заполнения дневника о прохождении практики и подготовки отчета по практике на консультациях руководителя практики от кафедры.

На втором этапе магистры осуществляют сбор материала для отчетной документации, выполняют индивидуальные задания (индивидуальное задание выдает руководитель практики)

Основные формы контроля на втором этапе:

- мониторинг присутствия обучающихся на практике и своевременного выполнения заданий.

- изложение в отчете выбранных вопросов,а также результатов проведения исследования в рамках выполнения индивидуального задания, согласованного с руководителем практики от кафедры.

За время прохождения учебной практики магистр выполняет индивидуальное задание учебно - исследовательского характера. Это задание предусматривает углубленное изучение отдельных аспектов маркетинговой деятельности либо управленческих функций работы предприятия (организации) и сбор материалов, необходимых для содержательной постановки конкретной проблемы, поиска и обоснование аналитических методов для принятия оптимальных и эффективных решений.

3) Ежедневное оформление отчетной документации.

На третьем (оценочно-результативном) этапе обучающиеся оформляют отчет по результатам прохождения практики.

Формы текущего контроля на данном этапе:

- анализ отчетной документации за период практики.

- проверка заполненного дневника по практике, получение отзыва о прохождении практики и итогового отчета по практике.

Оценка презентации результатов практики в ходе защиты отчета. Оценка работы.

В период проведения практики магистранты работают с первоисточниками, монографиями, авторефератами и диссертационными исследованиями, анализируют результаты психолого-педагогических исследований, консультируются с научными руководителями и преподавателями.

Индивидуальные задания

Индивидуальное задание может быть определено студентом, руководителем практики от предприятия или кафедры с обязательным согласованием с руководителем практики кафедры.

2.2.3. Научно-исследовательская практика

Научно – исследовательская практика предназначена для апробации результатов научно-исследовательской деятельности обучающегося в производственных условиях и их внедрения в практическую деятельность предприятия.

Конкретные виды работ определяются индивидуальным учебным планом обучающегося и темой научно-квалификационной работы, в рамках которой выполняется научно-исследовательская деятельность.

Таблица 2.4

Календарный план прохождения научно-исследовательской практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	2	3
1	Выбор базы практики и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	за 2 недели до начала практики
2	Организационная подготовка к практике: сборы по приказу администрации, получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	1
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по технике безопасности и охране труда	1
4	Научно-исследовательская практика - всего: в том числе:	52
	- ведение библиографической работы, в том числе с привлечением информационных технологий;	12
	- выбор необходимых методов исследования, исходя из задач исследования;	12
	- подбор необходимых материалов для выполнения магистерского исследования;	16
	- обработка полученных в ходе исследования данных, их анализ и грамотная интерпретация	12
5	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	30
6	Оформление и составление отчета	20
7	Представление и защита отчета по практике	4
	Всего	108/(3з.е.)

Последовательность и виды работ, выполняемых в процессе прохождения практики, могут быть изменены/перераспределены в соответствии с задачами конкретного исследования (без изменения общей трудоемкости практики).

Общее учебно-методическое руководство и организацию практики осуществляет выпускающая кафедра «Маркетинг и логистика». Непосредственное руководство практикой обеспечивает научный руководитель магистранта. При необходимости для консультаций привлекаются высококвалифицированные преподаватели и специалисты, занимающиеся научно-исследовательской и (или) научно-методической деятельностью, соответствующей профилю подготовки конкретного магистранта.

При определении целей и задач практики магистранта необходимо учитывать тему его магистерской диссертации, а также исходить из того, что на

рабочем месте будущий специалист должен получить определенные научно-практические навыки выполнения конкретной работы по совершенствованию управления маркетингом.

Перед началом практики, руководствуясь темами магистерских диссертаций, кафедра распределяет магистров по базам практики в соответствии с заключенными с предприятиями (организациями) договорами.

Руководитель практики проводит с магистрантами консультации, контролирует соблюдение ими установленного порядка прохождения практики, оказывает им помощь в выполнении индивидуальных заданий.

2.2.4. Научно-исследовательская (в т.ч. НИР) практика

Научно-исследовательская работа выполняется студентом-магистрантом под руководством научного руководителя.Научно-исследовательская работа ориентирована на выполнение самостоятельной работы, которая структурируется по видам работ, относящихся к этапам экспериментальных исследований.

Таблица 2.5

Календарный план выполнения научно-исследовательской (в т.ч. НИР) практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	2	3
1	Выбор базы выполнения научно-исследовательской работы и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	за 2 недели до начала практики
2	Организационная подготовка: сборы по приказу администрации, получение направления, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	1
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по технике безопасности и охране труда	1
4	Научно-исследовательская работа - всего: в том числе:	146
	-участие в межкафедральных научных семинарах, теоретических семинарах (по тематике исследования), а также в научной работе кафедры;	30
	-выступление на студенческих конференциях и конференциях молодых ученых, проводимых на экономическом факультете ГОУ ВПО «ДонНУ», в других вузах, а также участие в других научных конференциях;	34
	-подготовка и публикация тезисов докладов, научных статей;	42

	- осуществление научных исследований, экспериментальной работы в той или иной научной сфере, связанной с магистерской диссертацией	40
5	Выполнение заданий научного руководителя в соответствии с утвержденным индивидуальным рабочим планом магистранта. Проект первой главы диссертации.	44
6	Оформление и составление отчета	20
7	Представление и защита отчета	4
	Всего	216/(6з.е.)

В ходе выполнения научно-исследовательской работы магистрант должен уметь:

- вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- формулировать и решать задачи, возникающие в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбирать необходимые методы исследования (модифицировать существующие, разрабатывать новые методы), исходя из задач конкретного исследования (по теме магистерской диссертации или при выполнении заданий научного руководителя в рамках магистерской программы);
- применять современные информационные технологии при проведении научных исследований;
- обрабатывать полученные результаты, анализировать и представлять их в виде законченных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научной статьи, магистерской диссертации).

2.2.5. Производственная (преддипломная (в т.ч. подготовка МД)) практика

В ходе практики должна быть произведена оценка и определены пути повышения эффективности маркетинговой деятельности организации - базы практики.

Каждый студент вместе с руководителями практики составляет индивидуальный календарный план (график) ее прохождения применительно к конкретным условиям, в который включаются все виды выполняемых работ, подлежащих освоению студентом. В календарном плане указывается содержание работы и сроки выполнения. В период прохождения практики каждый студент ведет дневник, в котором фиксируется выполненный объем и сроки работы. Дневник регулярно проверяется и подписывается руководителем от базы практики. Руководство практикой студентов со стороны университета осуществляется кафедрой маркетинга и логистики. Руководство и контроль за прохождением практики возлагается на руководителя практики, назначенного кафедрой и на руководителя от соответствующей организации.

Таблица 2.6

Календарный план производственной (преддипломной (в т.ч. подготовка МД)) практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	2	3
1	Выбор базы практики и оформления писем о согласии предприятия о предоставлении студенту соответствующей информации	за 2 недели до начала практики
2	Организационная подготовка к преддипломной практике: сборы по приказу администрации, получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от университета	1
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по технике безопасности и охране труда	1
4	Преддипломная практика - всего: в том числе:	222
	- изучение структуры коммерческой службы организации, маркетингового отдела (управления, службы) или другого отдела, занимающегося вопросами маркетинга и рекламы, функций и задач, входящих в эти подразделения.	20
	-изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;	72
	- создание системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж)	62
	- выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала;	68
5	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	150
6	Оформление и составление отчета	54
7	Представление отчета по практике руководителю от университета	2
8	Защита отчета по практике	2
	Всего	432/(12 з.е.)

Последовательность и виды работ, выполняемых в процессе прохождения практики, могут быть изменены/перераспределены в соответствии с задачами

конкретного исследования (без изменения общей трудоемкости практики).

Индивидуальное задание разрабатывается руководителем практики от кафедры с той целью, чтобы во время прохождения практики студент собрал, систематизировал и проанализировал практический материал, необходимый для написания магистерской диссертации. Тематика индивидуальных заданий преддипломной практики разрабатывается руководителем практики от кафедры, согласуется с научным руководителем магистрантов, с руководителем практики от предприятия, учреждения или организации (далее – руководитель практики от принимающей организации), а также непосредственно с обучающимися и утверждается заведующим выпускающей кафедры.

2.3 ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ, БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОРЯДОК ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ НА ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ

Настоящая инструкция по охране труда разработана специально для студентов, проходящих производственную практику.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА:

Студенты, проходящие производственную практику (далее – студенты), допускаются к выполнению работ только при наличии соответствующих документов для прохождения практики (направление, индивидуальное задание и т. д.), прохождения вводного инструктажа по охране труда, инструктажа по охране труда на рабочем месте, а также обучения оказанию первой помощи пострадавшим.

Проведение всех видов инструктажей должно регистрироваться в журналах регистрации инструктажей с обязательными подписями получившего и проводившего инструктажи.

Каждому студенту необходимо:

— знать место хранения аптечки первой помощи;

— уметь оказать первую помощь;

— уметь правильно действовать при возникновении пожара.

Студенту следует:

— оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор в гардеробной или иных местах, предназначенных для хранения верхней одежды;

— иметь опрятный вид в соответствии с требованиями делового этикета;

— не принимать пищу на рабочем месте.

Работа студентов при прохождении производственной практики может сопровождаться наличием следующих опасных и вредных факторов:

— работа на персональных компьютерах – ограниченной двигательной активностью, монотонностью и значительным зрительным напряжением;

— работа с электроприборами (приборы освещения, бытовая техника, принтер, сканер и прочие виды офисной техники) – повышенным значением напряжения электрической цепи;

— работа вне организации (по пути к месту практики и обратно) – движущимися машинами (автомобили и прочие виды транспорта), неудовлетворительным состоянием дорожного покрытия (гололед, неровности дороги и пр.).

Помещения, предназначенные для размещения рабочих мест, оснащенных персональными компьютерами, следует оснащать солнцезащитными устройствами (жалюзи, шторы и пр.).Все помещения с персональными компьютерами должны иметь естественное и искусственное освещение. Запрещается применение открытых ламп (без арматуры) в установках общего и местного освещения. Искусственное освещение на рабочих местах в помещениях с персональными компьютерами следует осуществлять в виде комбинированной системы общего и местного освещения.

Местное освещение обеспечивается светильниками, установленными непосредственно на столешнице. Для борьбы с запыленностью воздуха необходимо проводить влажную ежедневную уборку и регулярное проветривание помещения. Рабочее место должно включать: рабочий стол, стул (кресло) с регулируемой высотой сиденья. Студенты несут ответственность в соответствии с действующим законодательством за соблюдение требований настоящей инструкции.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА ПЕРЕД НАЧАЛОМ РАБОТЫ:

Прибыть на работу заблаговременно для исключения спешки и, как следствие, падения и случаев травматизма, при этом:

— не подниматься и не спускаться бегом по лестничным маршам;

— не садиться и не облокачиваться на ограждения и случайные предметы;

— обращать внимание на знаки безопасности, сигналы и выполнять их требования;

— не приступать к работе в состоянии алкогольного или наркотического опьянения.

Осмотреть рабочее место и оборудование. Проверить оснащенность рабочего места необходимым для работы оборудованием, инвентарем, приспособлениями и инструментами. Убрать все лишние предметы. Очистить экран дисплея персонального компьютера от пыли. Отрегулировать высоту и угол наклона экрана. Отрегулировать уровень освещенности рабочего места. Отрегулировать кресло по высоте. Проверить исправность оборудования. О замеченных недостатках и неисправностях немедленно сообщить руководителю практики и до устранения неполадок и разрешения руководителя к работе не приступать.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА ВО ВРЕМЯ РАБОТЫ:

На рабочих местах, оснащенных персональными компьютерами: Экран должен находиться ниже уровня глаз на 5 град, и располагаться в прямой плоскости или с наклоном на оператора (15 град.).

Расстояние от глаз оператора до экрана должно быть в пределах 60-80 см. Местный источник света по отношению к рабочему месту должен располагаться таким образом, чтобы исключить попадание в глаза прямого света, и должен обеспечивать равномерную освещенность на поверхности 40 х 40 см, не создавать слепящих бликов на клавиатуре и других частях пульта, а также на экране видеотерминала в направлении глаз работника.

Для снижения зрительного и общего утомления после каждого часа работы необходимо делать перерывы. Необходимо в течение всего рабочего дня содержать в порядке и чистоте рабочее место. В течение рабочей смены экран дисплея должен быть не менее одного раза очищен от пыли. Своевременно убирать с пола рассыпанные материалы, принадлежности, продукты, разлитую воду и пр.

Во время работы запрещается:

— прикасаться к задней панели системного блока (процессора) при включенном питании;

— производить переключение разъемов интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;

— загромождать верхние панели устройств бумагами и посторонними предметами;

— допускать захламленность рабочего места;

— производить отключение питания во время выполнения активной задачи;

— допускать попадание влаги на поверхность системного блока (процессора), монитора, рабочую поверхность клавиатуры, дисководов, принтеров и др. устройств;

— включать сильно охлажденное (принесенное с улицы в зимнее время) оборудование;

— производить самостоятельно вскрытие и ремонт оборудования.

При работе с электроприборами и оргтехникой (персональные компьютеры, принтеры, сканеры, копировальные аппараты, факсы, бытовые электроприборы, приборы освещения):

1. Автоматические выключатели и электрические предохранители должны быть всегда исправны.

2. Изоляция электропроводки, электроприборов, выключателей, штепсельных розеток, ламповых патронов и светильников, а также шнуров, с помощью которых включаются в электросеть электроприборы, должны быть в исправном состоянии. Электроприборы необходимо хранить в сухом месте, избегать резких колебаний температуры, вибрации, сотрясений.

3. Для подогрева воды пользоваться сертифицированными электроприборами с закрытой спиралью и устройством автоматического отключения, с применением несгораемых подставок.

Запрещается:

— пользоваться неисправными электроприборами и электропроводкой;
— очищать от загрязнения и пыли включенные осветительные аппараты и электрические лампы;

— ремонтировать электроприборы самостоятельно;

— подвешивать электропровода на гвоздях, металлических и деревянных предметах, перекручивать провод, закладывать провод и шнуры на водопроводные трубы и батареи отопления, вешать что-либо на провода, вытягивать за шнур вилку из розетки;

— прикасаться одновременно к персональному компьютеру и к устройствам, имеющим соединение с землей (радиаторы отопления, водопроводные краны, трубы и т.п.), а также прикасаться к электрическим проводам, неизолированным и неогражденным токоведущим частям электрических устройств, аппаратов и приборов (розеток, патронов, переключателей, предохранителей);

— применять на открытом воздухе бытовые электроприборы и переносные светильники, предназначенные для работы в помещениях;

— пользоваться самодельными электронагревательными приборами и электроприборами с открытой спиралью;

— наступать на переносимые электрические провода, лежащие на полу.

При перерыве в подаче электроэнергии и уходе с рабочего места выключать оборудование.

По пути к месту практики и обратно:

1. Избегать экстремальных условий на пути следования.
2. Соблюдать правила дорожного движения и правила поведения в транспортных средствах.
3. Соблюдать осторожность при обходе транспортных средств и других препятствий, ограничивающих видимость проезжей части. В период неблагоприятных погодных условий (гололед, снегопад, туман) соблюдать особую осторожность.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ТРУДА В АВАРИЙНЫХ СИТУАЦИЯХ:

Немедленно прекратить работу, отключить персональный компьютер, иное электрооборудование и доложить руководителю работ, если:

— обнаружены механические повреждения и иные дефекты электрооборудования и электропроводки;
— наблюдается повышенный уровень шума при работе оборудования;
— наблюдается повышенное тепловыделение от оборудования;
— мерцание экрана не прекращается;
— наблюдается прыганье текста на экране;
— чувствуется запах гари и дыма;
— прекращена подача электроэнергии.

Не приступать к работе до полного устранения неисправностей. В случае возгорания или пожара работники (в том числе и студенты, проходящие производственную практику) должны немедленно прекратить работу, отключить электроприборы, вызвать пожарную бригаду по телефону

101, сообщить руководителю работ и приступить к ликвидации очага пожара имеющимися средствами огнетушения.

При обнаружении запаха газа в помещении:

— предупредить работников, находящихся в помещении, о недопустимости пользования открытым огнем, курения, включения и выключения электрического освещения и электроприборов;

— открыть окна (форточки, фрамуги) и проветрить помещение;

— сообщить об этом администрации организации, а при необходимости – вызвать работников аварийной газовой службы по телефону 104.

При несчастном случае:

— освободить пострадавшего от травмирующего фактора,

— поставить в известность руководителя работ,

— оказать пострадавшему первую доврачебную помощь,

— по возможности сохранить неизменной ситуацию до начала расследования причин несчастного случая, если это не приведет к аварии или травмированию других людей,

— при необходимости вызвать бригаду скорой помощи по телефону 101 или помочь доставить пострадавшего в медучреждение.

2.4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЭКСКУРСИИ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

В процессе прохождения учебной, научно-исследовательской и производственной практики, студенты-магистранты имеют право проводить теоретические занятия, по следующим темам: Теоретические основы маркетинга, Виды маркетинга и их характеристика, Основные категории маркетинга, Качество как социально-экономическая категория и объект управления, Концептуальные основы логистики, Концепции логистики Методология и научная база логистики.

2.5. ФОРМЫ И ПОРЯДОК КОНТРОЛЯ, ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ СТУДЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ, ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

По окончании **периода прохождения практики** магистрант обязан представить на кафедру два основных документа, оформленных в установленном порядке и заверенных подписью руководителя практики от организации (учреждения, предприятия) и печатью организации (учреждения, предприятия):

- **Дневник практики;**
- **Отчет о прохождении практики**

Данные документы сдаются руководителю практики от университета (кафедры) на бумажном носителе (при необходимости в электронном виде)после окончания периода прохождения практики и хранятся в архиве на

экономическом факультете ГОУ ВПО «ДонНУ».

Магистрант защищает **Отчет о прохождении практики** комиссии в составе 2-3 преподавателей кафедры во главе с руководителем практики.

Время и порядок защиты магистрантами Отчетов о прохождении практики определяются заведующим кафедрой совместно с лицом, ответственным (на кафедре) за организацию и проведение практики.

По результатам прохождения практики и защиты Отчета магистранту выставляется **дифференцированный зачет**, который учитывается аналогично оценкам по учебным дисциплинам, заносится в ведомость учета успеваемости и в специальный раздел зачетной книжки.

Магистрант, который не выполнил *Программу практики* по уважительной причине, направляется на практику повторно, в свободное от учебы время.

Магистрант, который не выполнил *Программу практики* без уважительной причины, не представил в установленные сроки надлежащим образом оформленные документы о прохождении практики (Дневник практики и Отчет о прохождении практики), получил отрицательный отзыв о своей работе в период прохождения практики либо не защитил Отчет о прохождении практики (получил неудовлетворительную оценку при защите), считается неаттестованным и направляется повторно на практику в свободное от теоретического обучения время или может быть отчислен из университета, как имеющий академическую задолженность, в порядке, предусмотренном Положением «Об организации учебного процесса» ГОУ ВПО«ДонНУ».

Контроль за прохождением магистрантом практики осуществляет руководитель практики от организации (учреждения, предприятия) и руководитель практики от университета (кафедры). Периодически – заведующий кафедрой и лицо, ответственное (на кафедре) за организацию и проведение практики.

По результатам **прохождения практики** магистрант получает итоговую **дифференцированный зачет**, который выставляется с учетом:

- оценки уровня и качества выполнения магистрантом различных заданий и видов работ;
- оценки степени достижения поставленной цели и задач практики соответственно структуре и содержанию *Программы практики*;
- характеристики (отзыва) и оценки, выставленной руководителем практики от организации (учреждения, предприятия), на базе которой проходила практика;
- характеристики (отзыва) и оценки, выставленной руководителем практики от университета(кафедры);
- оценки качества представленных документов об итогах прохождения практики (**Дневника практики** и **Отчета о прохождении практики**);
- оценки (публичной) защиты **Отчета о прохождении практики**;
- оценки иных аспектов работы магистранта в период прохождения

практики (например, реализация творческого подхода ит.д.).

По результатам **прохождения практики** магистранту выставляется соответствующая **оценка по 4-х балльной шкале**:

- **оценка «отлично»** – Отчет полностью отражает цели и задачи практики; содержит информацию, раскрывающую содержание практики, предусмотренное *Программой практики*; Отчет выполнен на высоком уровне соответственно предъявляемым требованиям и представлен в установленный срок; Отчет качественно и аккуратно составлен и оформлен. Магистрант проявил самостоятельность, творческий подход, прилежание и инициативу в выполняемой работе; продемонстрировал системность мышления в решении типовых профессиональных задач; на высоком уровне выполнил индивидуальное задание. Ответы магистранта на вопросы руководителя практики носят четкий и аргументированный характер, раскрывают сущность вопросов, подкрепляются положениями и выводами, отраженными в Отчете. Магистрант в полной мере овладел необходимыми знаниями, умениями, навыками и компетенциями;

- **оценка «хорошо»** – Отчет полностью отражает цели и задачи практики; содержит информацию, раскрывающую содержание практики, предусмотренное *Программой практики*; Отчет выполнен на высоком уровне соответственно предъявляемым требованиям и представлен в установленный срок. Магистрант проявил самостоятельность, но не проявил инициативу; допустил технические погрешности и неточности в составлении и оформлении Отчета; на высоком (достаточном) уровне выполнил индивидуальное задание. Ответы магистранта на вопросы руководителя практики не носят четкого характера, но при этом раскрывают сущность вопросов, подкрепляются положениями и выводами, отраженными в Отчете. Магистрант в достаточной мере проявил теоретические знания, практические умения и навыки, а также овладел необходимыми компетенциями;

- **оценка «удовлетворительно»** – Отчет не полностью отражает цели и задачи практики; содержит недостаточно материалов, раскрывающих содержание практики, предусмотренное *Программой практики*; Отчет представлен в установленный срок. Магистрант не проявил самостоятельности, творческого подхода и инициативы в выполняемой работе; допустил ошибки в составлении и оформлении Отчета; на удовлетворительном уровне выполнил индивидуальное задание. Ответы магистранта на вопросы руководителя практики носят поверхностный характер, не раскрывают до конца сущности и содержания вопросов, слабо подкрепляются положениями и выводами, показывают недостаточную глубину проведенного исследования. Магистрант не в полной мере овладел необходимыми знаниями, умениями, навыками и компетенциями;

- **оценка «неудовлетворительно»** – Отчет выполнен с нарушением целевой установки и задач практики; не раскрывает содержание практики, предусмотренное *Программой практики*; содержит недостаточно материалов, необходимых для ее выполнения. Отчет не соответствует предъявляемым

требованиям и представлен несвоевременно; составлен и оформлен некачественно. Магистрант не выполнил *Программу практики*; обнаружил очевидные пробелы в теоретических знаниях; не проявил соответствующих практических умений и навыков; не выполнил индивидуальное задание или выполнил его на неудовлетворительном уровне. При защите Отчета магистрант не смог ответить на вопросы руководителя практики. Магистрант не овладел необходимыми общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями.

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

Материально-техническое обеспечение процесса проведения различных **видов практики** предусматривает наличие аудитории, предназначенной для совместной работы магистрантов и их научных руководителей от университета (кафедры), а также для защиты Отчетов о прохождении практики.

Консультации научных руководителей от университета (кафедры) по вопросам прохождения различных **видов практики** проходят в учебной лаборатории кафедры маркетинга и логистики, оборудованной необходимым количеством рабочих мест и техническими средствами обучения (мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком с необходимым лицензионным программным обеспечением) с Wi-Fi доступом и выходом в сеть Интернет для обеспечения совместной работы магистрантов и их научных руководителей, в том числе работы с электронными ресурсами Научной библиотеки ГОУ ВПО «ДонНУ» и других библиотечных баз данных.Помещение соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при

проведении учебных и научно-исследовательских работ.

В процессе прохождения различных **видов практики** магистранты имеют возможность использовать соответствующие учебные и методические материалы, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ГОУ ВПО «ДонНУ».

2.6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Библиотека материалов по экономике и управлению [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.libertarium.ru/library.
2. Научная библиотека Донецкого национального университета [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.library.donnu.ru.
3. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.rsl.ru.
4. Учебники, учебные пособия, статьи по экономике и управлению [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.economictheoiY.narod.in; http://www.iqlib.ru.
5. Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ef.donnu-support.ru.
6. Электронная библиотека (учебники, учебные пособия, статьи по экономике и экономической теории) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aup.ru.
7. Журнал «Управление каналами дистрибуции» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.grebennikoff.ru/product/19
8. Журнал«Риск: Ресурсы, Информация,Снабжение»[Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.risk-online.ru
9. Журнал«МаркетингPRO» [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.marketingpro.ru
10. Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант», профессиональныепоисковые системы «ScienceDirect», «EconLit», информационно-справочная система «Blumberg».

2.7. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная		
№ п/п	**Наименование**	**Количество экземпляров**
1.	Маркетинг и логистика в управлении коммерческой деятельностью предприятий: отраслевой и региональный аспекты / под общ.ред. М. И. Белявцева, С. И. Гриценко ; Донецкий нац. ун-т. - Донецк: ДонНУ, 2012. - 523 с.	2

2.	Капон, Н. Управление маркетингом: [учебник] / Н. Капон, В. Б. Колчанов, Д. Макхалберт; [пер. с англ. В. Б. Колчанова]. - Москва [и др.]: Питер, 2010. - 832 с	1
3.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной Дашков и К 2012 г. 446 страниц. Режим доступа: http://www.knigafund. ru/books/164449	Электронный ресурс
4.	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: Учебное пособие Дашков и К 2012 г. 294 страницы. Режим доступа: http://www.knigafund.ru/books/127753	Электронный ресурс
5.	Азимов, С. Продажи, переговоры: Практика, примеры / С. Азимов. - Москва [и др.]: Питер, 2013. - 320 с.	1
6.	Зозулев, А. В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: теория, методология, статистика / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. - М.: Рыбари; К.: Знання, 2008. - 643 с.	1
7.	Зозулев, А. В. Маркетинг: учеб.пособ. / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина; под ред. С. А. Солнцева. - Киев: Знання; Москва: Рыбари, 2011. - 421 с.	1
8.	Зозулев, А. В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: учеб.пособие для студентов вузов / А. В. Зозулев; Национальный техн. ун-т Украины "Киевский политехн. ин-т". - Киев: Центр учеб.лит. 2010. - 572 с.	45 + эл. версия
9.	Йеннер, Т. Маркетинговое планирование / Т. Йеннер; [пер. с нем. О. А. Шипиловой]. - Харьков: Гуманит. Центр, 2010. - 274 с.	2
10.	Маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 Менеджмент / [В. В. Герасименко, Е. М. Слепенкова, А. В. Черников и др.] ; под ред. В. В. Герасименко ; Московский гос. ун-т им. Ломоносова, Экон. фак. - Изд. 2-е. - Москва : ИНФРА-М, 2010. - 416 с.	2
11.	Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. С. Жильцов и др.]. - 12-е изд. - М. и др. : Питер, 2007. - 814 с.	2
12.	Котлер, Ф. Латеральный маркетинг : технологии поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес ; пер. с англ. [Т. Виноградовой, Л. Царук]. - Москва : Альпина Паблишерз, 2010. - 204, [1] с.	4
13.	Ламбен, Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен ; Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. - СПб. : Питер, 2004. - 800 с.	2
14.	Минько, Э. В. Оценка эффективности коммерческих проектов: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301 - "Коммерция (торговое дело)", 080111 - "Маркетинг", по направлению 080300.68 - "Коммерция" и другим экономическим специальностям и направлениям / Э. В. Минько, О. А. Завьялов, А. Э. Минько; под ред. Э. В. Минько. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 368 с.	1
15.	Акулич, И. Л. Маркетинг : Учеб. для студентовэкон. специальностейвузов / И. Л. Акулич. - 3-е изд. - Минск : Вышэйш. шк., 2004. - 464 с.	8
16.	Анурин В. Ф. Маркетинговыеисследованияпотребительскогорынка : Уникал. отечеств. опыт / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - СПб. : Питер ; М. и др., 2004. - 269 с.	2
17.	Информационные системы и технологии управления: учеб.пос. в 2 т.: учеб. пособие. Т. 1 / Б. Я. Пугач, Н. Б. Пугач; Харьковский нац. ун-т им. В. Н. Каразина. – Харьков: Глобус, 2013. – 639с.	3

18.	Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг : учеб. для студентоввузов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. - 4-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 346 с.	5
19.	Фатхутдинов, Р. А. Управлениеконкурентоспособностьюорганизации : эксклюзив. технологииформированиястратегииповышенияконкурентоспособности орг.: теория, методика, практика / Р. А. Фатхутдинов. - М. : ЭКСМО, 2004. - 541 с.	1
20.	Черник, Н. Ю. Товарнаяполитикапредприятия : Учеб. пособие для студентоввузовспециальности "Маркетинг" / Н. Ю. Черник. - Минск : БГЭУ, 2004. - 278 с.	2
	Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И. К. Беляевский. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 320 с.	2
22.	Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : Учебник / Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. :Финпресс, 2003. - 493 с.	3
23.	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / Л. С. Драганчук. - Москва : ИНФРА-М, 2011. - 192 с.	2
24.	Костров, А. В. Основы информационного менеджмента: учеб.пособие / А. В. Костров. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2009. – 527 с.	33
25.	Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум / [Т. Д. Бурменко, В. Ю. Баганов, О. Н. Баева и др.]; под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва: КНОРУС, 2013. - 422 с.	3
26.	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / Л. С. Драганчук. - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 192 с.	2
27.	Веснин, В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. – 4-е изд. – Москва: Проспект, 2015. – 613 с.	3
28.	Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований: учеб.пособие/ М. Ф. Шкляр. – 3-е изд. – М.: «Дашков и К», 2010. – 243 с.	4
29.	Кожухар, В. М. Основы научных исследований: учеб.пособие / В. М. Кожухар. – М.: Дашков и К, 2010. – 216с.	30
30.	Философия в профессиональной деятельности: учебное пособие / под ред. А. Н. Чумакова; Финансовый университет при Правительстве РФ. – М.: Проспект, 2014. – 411 с.	1
31.	Философия науки: системный аспект: учеб.пос. / А. И. Уемов и др. – Одесса: Астропринт, 2010. – 359 с.	1
32.	Хорев, А. И. Методы научных исследований в экономике [Электронный ресурс]: учебн. пос. / А. И. Хорев, Т. И. Овчинникова, Л. Н. Дмитриева, Е. А. Резникова. – Электрон.дан. – Воронеж: ВГУИТ, 2013. – 128 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/72891.	электронный ресурс
Наименований: 32		***169 печатных издания** и 4 **электронных ресурса***

Дополнительная

№ п/п	Наименование	Количество экземпляров
1.	Розанова Н.М., Зороастрова И.В. Экономический анализ фирмы и рынка: учебник Юнити-Дана 2012 г. 279 страниц. Режим доступа: http://www.knigafund.ru/books/122650	Электронный ресурс
2.	Блохина, Т. К. Экономика и управление инновационной организацией: учебник для бакалавров и магистров / Т. К. Блохина, О. Н. Быкова, Т. К. Ермолаева; ФГБОУ ВПО РГАИС. - Москва: Проспект, 2015. - 427 с.	1
3.	Балдин, К. В. Информационные системы в экономике: Учеб.для студентов вузов / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. – М.: Дашков и К, 2010. – 394 с.	3
4.	Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов по экон. специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ.ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд. - Москва : Питер, 2008. - 733 с.	1
5.	Бойко, И. И. Классический маркетинг и маркетинговые экспертные оценки: учебное пособие для студентов вузов / И. И. Бойко; Украинский гуманитарный институт. - Киев: Кондор, 2008. - 302 с.	1
6.	Блохина, Т. К. Экономика и управление инновационной организацией: учебник для бакалавров и магистров / Т. К. Блохина, О. Н. Быкова, Т. К. Ермолаева; ФГБОУ ВПО РГАИС. - Москва: Проспект, 2015. - 427 с.	1
7.	Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. - 17-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2008. - 483 с.	1
8.	Капон, Н. Управление маркетингом: [учебник] / Н. Капон, В. Б. Колчанов, Д. Макхалберт; [пер. с англ. В. Б. Колчанова]. - Москва [и др.]: Питер, 2010. - 832 с.	2
9.	Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; [пер. с англ. под ред. С. Г. Жильцова]. - 3-е изд. - М. и др.: Питер, 2008. - 479 с.	1
10.	Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер. - Москва [и др.]: Изд. дом "Вильямс", 2008. - 646 с.	1
11.	Кузнецов, В. Г. Стратегический маркетинг: (учеб.пособие) / В. Г. Кузнецов, У. А. Иванова ; Донецкий нац. ун-т. - Донецк: ДонНУ, 2008. - 224 с.	1
12.	Маркетинг вчера, сегодня, завтра: учеб.-справ. пособие / [сост.: М. И. Белявцев, С. И. Гриценко, Г. Д. Леонова и др.; под общ. ред. Г. Д. Леоновой, Л. В. Шестопаловой]; Донецкий нац. ун-т. - Донецк: Свет книги: ДонНУ, 2013. - 103 с.	7
13.	Маркетинг: общий курс: учебное пособие для бакалавров / [А. Я. Якобсон, Н. Я. Калюжная, Н. В. Бацюн и др.]; под ред. А. Я. Якобсона, Н. Я. Калюжновой. - Москва: Омега-Л, 2013. - 503 с.	1
14.	Маркетинг: учебник для бакалавров / [Н. М. Кондратенко, М. В. Балашова, Е. С. Бурыкин и др.]; под общ.ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2012. - 542 с.	1
15.	Полякова, П. А. Моделирование процессов продвижения инновационной продукции в вертикально-интегрированных структурах: дис. на соиск. учен.степ. канд. экон. наук / Полякова Полина Александровна; науч. рук. С. И. Левицкий; Донецкий нац. ун-т. - Донецк, 2008. - 138 с.	1
16.	Попова, Г. В. Маркетинг: для бакалавров / Г. В. Попова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2011. - 186 с.	1

17.	Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум / [Т. Д. Бурменко, В. Ю. Баганов, О. Н. Баева и др.]; под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва: КНОРУС, 2013. - 422 с.	1
18.	Экономический анализ: основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации/[подгот.: Н. В. Войтоловский и др.]; под ред. Н. В. Войтоловского [и др.]; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2013. - 548 с.	1
19.	Дурович, А. П. Маркетинговые коммуникации: курс интенсивной подготовки / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. - Минск: Современная школа, 2010. - 222 с.	2
20.	Капон, Н. Управление маркетингом : [учебник] / Н. Капон, В. Б. Колчанов, Д. Макхалберт ; [пер. с англ. В. Б. Колчанова]. - Москва [и др.] : Питер, 2010. - 832 с.	3
21.	Попова, Г. В. Маркетинг : для бакалавров / Г. В. Попова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2011. - 186 с.	2
22.	Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 198 с.	1
23.	Экономический анализ: основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации/[подгот.: Н. В. Войтоловский и др.]; под ред. Н. В. Войтоловского [и др.]; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2013. - 548 с.	1
24.	Алешина, И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: Курс лекций / И. В. Алешина. - М. : ИКФ : ЭКМОС, 2004. - 478,[1] с.	1
25.	Батра, Р. Рекламный менеджмент : Пер. с англ. / Р. Батра, Д. Дж. Майерс, Д. А. Аакер. - 5-е изд. - М. и др. : Вильямс, 2000. - 784 с.	1
26.	Бевзенко, В. Ф. Маркетинг торговли : Учеб.пособие для экон. специальностей / В. Ф. Бевзенко, И. В. Балабанова, И. Х. Баширов ; Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. - Донецк : Юго-Восток, 2004. - 148 с.	1
27.	Белявцев, М. И. Маркетинг : учеб.пособие для студентов по направлению "Экономика и предпринимательство" / М. И. Белявцев, Л. М. Иваненко ; Донец. нац. ун-т. - Донецк :ДонНУ, 2003. - 339 с.	1
28.	Березкина, О. П. Productplacement : технологии скрытой рекламы / Ольга Березкина. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2009. - 206 с.	1
29.	Васильев, Г. А. Основы рекламной деятельности : Учеб.пособие для студентов вузов по специальности 061500 "Маркетинг" / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : ЮНИТИ, 2004. - 414 с.	20
30.	Васильев, Г. А. Основы рекламы : учеб.пособие для вузов по направлению 080100 "Экономика", 080300 " Коммерция", 080500 "Менеджмент" / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М. : ЮНИТИ, 2006. - 717, [1] с.	2
31.	Гнатюк, О. Л. Основы теории коммуникации : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 050400 "Социально-экономическое образование" / О. Л. Гнатюк. - Москва :КноРус, 2010. - 255, [1] с.	2
32.	Гринберг, Т. Э. Политические технологии :ПР и реклама / Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 317 с.	17
33.	Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: монография / А.В. Христофоров, И.В.	Электронный ресурс

	Христофорова, А.Е. Суглобов [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.Е. Суглобова. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 159 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: http://www.znanium.com]. — (Научная мысль). Режим доступа: https://doi.org/10.12737/13266.	
34.	Математическое моделирование социальных процессов. Вып. 10: сб. ст. / Михайлов А. П. (редактор). – М.: КДУ, 2009. – 525 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://donnu.bibliotech.ru.	электронный ресурс
Наименований: 34		***81 печатное издание** и 3 **электронных ресурса***