

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической  
и учебной работе

Е.И. Скафа

«17» апреля 2019 г.

МП



**Рабочая программа производственной (технологической)  
практики**

Укрупненная группа направлений подготовки	<i>38.00.00 Экономика и управление</i>
Направление подготовки	<i>38.04.02 Менеджмент</i>
Магистерская программа	<i>Маркетинг</i>
Программа подготовки	<i>Академическая магистратура</i>
Квалификация	<i>Магистр</i>
Форма обучения	<i>Очная, заочная</i>

Донецк 2019

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана экономического факультета

Ю.Н. Полшков

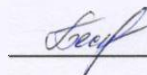
11.04.2019 г. 

Рабочая программа производственной (технологической) практики составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322 (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г.)

Программа составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от 16 сентября 2016 г. № 935, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от 7 октября 2016 г. № 1622; «Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 11.11.2017 г.; учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программы: Маркетинг, утвержденного Ученым советом университета от 02.04.2019 г., протокол № 3.

Разработчик:

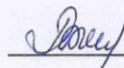
Кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры маркетинга и логистики



М. Н. Беспятая

Программа производственной (технологической) практики утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики  
Протокол № 9а от «04» апреля 2019 г.

И.о. зав. кафедрой  
маркетинга и логистики



Т.В. Ибрагимхалилова

Программа производственной (технологической) практики одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 4 от «09» апреля 2019 года  
Председатель УМК



Е.Н. Стрелина

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения и место практики в учебном процессе .....	4
2. Нормативные ссылки .....	5
3. Цель, задачи и планируемые результаты прохождения практики .....	5
4. Содержание практики.....	7
5. Организация проведения практики .....	9
6. Обязательства сторон .....	10
7. Методы контроля и формы промежуточной аттестации.....	11
8. Критерии оценивания итогов практики .....	12
9. Подведение итогов практики .....	13
10. Материально-техническое обеспечение процесса прохождения практики .....	13
11. Рекомендованная литература.....	14
12. Информационные ресурсы.....	18
13. Программное обеспечение.....	19
Приложение 1. Титул отчета о практике.....	20

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ПРАКТИКИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Практика является обязательным элементом основной образовательной программы обучения в магистратуре и представляет собой вид учебной работы, направленный на развитие практических навыков и умений, а также формирование компетенций обучающихся в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебным планом ГОУ ВПО «ДонНУ» по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерской программы: Маркетинг предусмотрена производственная (технологическая) практика.

**Производственная (технологическая) 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.

### Структура практики

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент	
Магистерская программа	Маркетинг	
Программа подготовки	Академическая магистратура	
Квалификация	Магистр	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть	
Вид практики	Производственная	
Тип производственной практики	технологическая практика	
Способ проведения практики	Стационарная, выездная	
Место проведения практики	Предприятия, учреждения, организации различных сфер, отраслей экономики и различных форм собственности	
Формы контроля	Дифференцированный зачет в 4-м семестре	
Показатели трудоемкости	Форма обучения	
	Очная	Заочная
Количество зачетных единиц	6	6
Год подготовки	2	2
Семестр	4	4
Количество часов	216	216
- лекционных	-	-
- практических	-	-
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	216	216
в т.ч. индивидуальное задание	108	108
Недельное количество часов, т.ч.	108	×
аудиторных	-	×
самостоятельной работы студента	108	×

Для прохождения данного вида практики необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами учебного плана – охрана труда в отрасли, управление экономической безопасностью, менеджмент организаций, маркетинговый менеджмент, управление качеством, маркетинг отношений, маркетинг территорий, интернет-маркетинг, инновационный менеджмент. Знания, умения и

навыки, полученные в ходе прохождения данного вида практики, используются обучающимися при подготовке выпускной квалификационной работы, а также в дальнейшей профессиональной деятельности на предприятиях, учреждениях, в организациях различных сфер, отраслей и форм собственности.

Производственная (технологическая) 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.

## **2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**

Настоящая программа разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322 (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г.)
- Государственный образовательный стандарт Высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от 16 августа 2016 г. № 935, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР 7 октября 2016 г. № 1622;
- Закон Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 13.07.2015 г.;
- Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом МОН ДНР от 10.10.2015г. № 750;
- Порядок организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 11.11.2017 г.;
- Типовое положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденное приказом Министерства образования и науки ДНР № 911 от 16.12.2015 г.;
- Положения о практике студентов ГОУ ВПО «ДонНУ», осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования от 30.12.2016 № 256/05;
- Учебный план по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программы: Маркетинг, утвержденный Ученым советом ГОУ ВПО «ДонНУ» (протокол № 3 от 31.03.2019 г.).
- локальные нормативные акты Университета;
- другие нормативные документы Министерства образования и науки ДНР и Университета.

## **3. ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

**Целью производственной (технологической) практики** является формирование 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 в период обучения в магистратуре университета.

**Основные задачи технологической 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 *производственной (технологической) 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.

**владеть:**

- навыками проведения различных экономических расчетов, разработки бизнес-планов, инвестиционных проектов и аналитических отчетов с учетом различия в технологиях производства;
- навыками проведения экономических расчетов на предприятиях и в учреждениях различных сферах и отраслях экономики с учетом особенностей технологии производства и особенностей источников их финансирования.
- приемами и методами получения новой информации о применяемых технологиях в производстве и о новых методических подходах к расчету экономических и финансовых показателей.

**Требования к результатам прохождения практики:** процесс прохождения

производственной (технологической) практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВО РФ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и основной образовательной программой высшего образования направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа: Маркетинг):

<b>Общекультурные компетенции (ОК):</b>	
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
<b>Профессиональные компетенции (ПК):</b>	
ПК-1	способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
ПК-6	способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
ПК-7	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК-8	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования
ПК-9	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Программа производственной (технологической) практики предполагает обязательное выполнение каждым обучающимся по программе магистратуры заданий, сформулированных руководителем практики от кафедры. Общая трудоемкость производственной (технологической) практики составляет 6 ЗЕ (216 часа, 4 недели), включающих следующие этапы.

№ п/п	Виды деятельности	Трудоемкость работ по видам: в часах	Показатели оценивания
1	<i>Подготовительный этап, в т.ч.:</i>	2	
1.1	Выбор базы практики и оформление писем о согласии на предоставление студенту соответствующей информации	За 2 недели до начала практики	-
1.2	Организационное собрание. Получение направления на практику, дневника, индивидуального задания, календарного плана; консультация с руководителем от	1	Отметка в дневнике

	кафедры		
1.3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.). Инструктаж по технике безопасности и охране труда	1	Отметка в дневнике
2	<i>Практический этап</i>	<b>180</b>	
2.1	- ведение библиографической работы, в том числе с привлечением информационных технологий; - эволюция развития предприятия (фирмы, организации) с выделением этапов реструктуризации, формирования имиджа;	36	Отметка в дневнике, раздел отчета: схема структуры управления предприятия (организации, учреждения)
2.2	- выбор необходимых методов исследования, исходя из задач исследования; - исследование современных форм и методов маркетинга и логистики	34	Отметка в дневнике, схема процесса производства продукции
2.3	- подбор необходимых материалов для выполнения магистерского исследования Изучить специфику отраслевой сферы, возможные перспективы развития исследуемой организации и корпоративное влияние в целевом сегменте сбыта с выделением показателей рыночной доли, уровня спроса, конкурентного потенциала;	34	Отметка в дневнике, раздел отчета: анализ отраслевых особенностей предприятия (организации, учреждения)
2.4	- обработка полученных в ходе исследования данных, их анализ и грамотная интерпретация  Изучить показатели оценки эффективности ассортиментной, коммуникационной и ценовой политики базы исследования	36	Отметка в дневнике, раздел отчета: анализ деятельности предприятия (организации, учреждения)
2.5	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	40	Отметка в дневнике, раздел отчета
3	<i>Итоговый этап</i>	<b>34</b>	
3.1	Составление и оформление отчета. Предоставление отчета по практике руководителю от кафедры на проверку	30	Оформленные дневник и отчет
3.2	Предоставление отчета по практике руководителю от кафедры Защита отчета по практике	4	Дифференцированный зачет
	<b>Всего</b>	<b>216</b>	



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

## **5. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Производственная (технологическая) практика проводится на базе предприятий, учреждений, в организациях различных сфер, отраслей и форм собственности. Магистранты имеют право самостоятельно предлагать места прохождения практики. В этом случае обучающийся должен содействовать заключению договора для прохождения производственной (технологической) практики.

Прохождение практики осуществляется на основании договора о прохождении практики, заключенным между университетом и базой 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.

Направление на практику оформляется приказом ректора Университета (или иного уполномоченного им должностного лица) с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

Распределение студентов по базам практики осуществляет заведующий кафедрой или его заместитель. Направление на базу практики оформляется приказом по университету с обязательным указанием руководителя практикой от кафедры. Одновременно о сроке практики и о контингенте студентов практикантов извещаются все базы практики.

Перед отправкой на практику кафедра организует производственный инструктаж и вручает студентам:

- дневник;
- рабочую программу практики;
- направление на практику.

Форма дневника разрабатывается и утверждается учебной частью университета.

«Направление» оформляется руководителем практики от кафедры в полном соответствии с приказом о практике (с указанием срока практики, номера приказа, базы практики, фамилии, имени и отчества студента и руководителя практики от кафедры) и подписывается деканом экономического факультета или его заместителем.

По окончании инструктажа студенты отбывают на свою базу практики и оформляются на ней согласно направления.

Дальнейшие действия участников учебного процесса определяются рабочей программой практики, а также обязанностями каждого.

По окончании срока проведения практики кафедра организует защиту отчетов по практике на кафедре маркетинга и логистики. Контроль за прохождением практики проводят заведующий кафедрой (его заместитель), заместитель декана экономического факультета по учебной работе или заместитель декана по заочной форме обучения и учебная часть университета.

По окончании защиты отчетов каждый руководитель практики от кафедры составляет краткий отчет о проделанной работе, ее результатах и недостатках, вносит свои предложения по совершенствованию методики, программы или процедуры проведения практики. Ответственный за проведение практики на кафедре обобщает полученные данные, составляет общий отчет о практике, представляет его к рассмотрению и утверждению на заседании кафедры маркетинга и логистики и Совете

экономического факультета. Затем отчет предоставляется в учебный отдел университета.

Руководители практики от предприятия, назначаемые приказом директора (руководителя), свои предложения и пожелания по улучшению программы, методики и процедуры проведения практики передают руководителю практики от университета или заведующему кафедрой. Если предложения и замечания носят принципиальный характер, то они обсуждаются на заседании кафедры. На основе предложений вносятся коррективы или изменения в содержание программы практики.

Для обучающихся по программе магистратуры, имеющих инвалидность, и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости устанавливается форма проведения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **6. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН**

### **Обязанности и права обучающегося по программе магистратуры практиканта:**

*Обучающийся-практикант обязан:*

- за день до начала практики получить на кафедре дневник по практике, программу и направление на базу прохождения практики;
- до начала практики сдать в соответствующую службу базы практики направление и фотографии для оформления пропуска;
- в день начала практики своевременно прибыть на место практики и оформить необходимые документы;
- подать направление на практику в отдел кадров базы практики, сделать отметку о прибытии на базу практики в дневнике;
- ознакомиться с приказом о прохождении практики и назначением руководителя практики от базы практики;
- соблюдать действующие в организациях и учреждениях правила техники безопасности и охраны труда;
- составить график прохождения практики и согласовать его с руководителем практики от кафедры и от базы практики;
- вести дневник практики, фиксируя в нем выполненную работу;
- постоянно поддерживать связь с руководителем практики от кафедры;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- после окончания практики подать письменный отчет и своевременно его защитить;

*Обучающийся имеет право:*

- до начала практики получить на кафедре консультации по оформлению всех необходимых документов;
- до окончания практики (не позднее чем за день) получить деловую характеристику, подписанную руководителем предприятия или структурного подразделения.

### **Обязанности руководителя практики от кафедры:**

Руководитель практики от кафедры должен:

Перед началом практики, не позднее, чем за 3-5 дней:

- проверить готовность баз практики к приему обучающихся на практику;
- согласовать программу и календарный график проведения практики;
- распределить студентов по местам прохождения практики;
- подготовить всю необходимую документацию;
- выяснить возможность получения материалов для выпускной квалификационной работы по месту прохождения практики.

В день начала практики:

- провести с обучающимися-практикантами инструктаж: ознакомить с

программой практики, формами контроля и отчетности, индивидуальными задачами и порядком их выполнения, условиями работы на базах практики, требованиями трудовой дисциплины;

- выдать обучающимся-практикантам необходимую документацию – рабочую программу, дневник практики, направление на практику, индивидуальное задание, согласованное с руководителями практики от кафедры;

- составить графики проведения контроля прохождения практики обучающимися и консультаций на кафедре, передать их на кафедру.

**В период прохождения практики:**

- организовать своевременное прибытие обучающихся на место практики;
- строго контролировать соблюдение студентами правил внутреннего распорядка, правил безопасности и охраны труда, производственной санитарии, ход самой практики, выполнения обучающимися программы практики и ведения необходимой документации;

- предоставлять практикантам методическую помощь в выполнении программы и индивидуальных заданий;

- согласовывать свои действия с руководителями практики от образовательной организации и руководителями соответствующих служб;

- информировать кафедру и деканат о ходе практики;

- обеспечить прохождение практики обучающимися согласно с рабочей программы практики;

- проводить консультации обучающихся относительно выполнения отдельных разделов программы;

- осуществлять контроль выполнения обучающимися календарного графика прохождения практики;

- предоставлять письменный отчет об итогах прохождения практики;

- принимать участие в работе комиссии по защите обучающимися отчетов.

- 

## **7. МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ И ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

По итогам производственной (технологической) практики обучающийся готовит отчет, который должен иметь такую структуру:

Название раздела (параграфа)	Примерное кол-во страниц
Введение (актуальность, цель, задачи практики; объект, предмет исследования, методологическая основа и применяемые методы исследования, информационная база исследования)	2-3
Раздел 1. Общая характеристика предприятия (организации, учреждения) – краткая историческая справка, организационная структура, виды деятельности	10-15
Раздел 2. Выполнить анализ основных показателей деятельности предприятия за последние три года и прогнозные тенденции на будущий год по объему выручки, совокупным затратам и рентабельности. Определить зону прибыльности.	10-15
Раздел 3. Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	10-15
Заключение	1-2
Список использованной литературы	2
Приложения (при наличии)	
<b>Общий объем отчета</b>	<b>35-45</b>

Отчет по практике должен содержать конкретное описание проделанной работы студентом с выделением характеристики компании, оценки показателей маркетинговой деятельности, прогнозных тенденций и конструктивных предложений автора.

В процессе защиты выявляется качественный уровень прохождения практики, профессиональное владение вопросами программы практики, способность студента оценить недостатки в организации маркетинга в процессе прохождения практики. Учитывается также качество оформления подготовленного отчета, глубина освещения вопросов, содержащихся в программе.

## **8. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ИТОГОВ ПРАКТИКИ**

Аттестация каждого студента по итогам производственной практики осуществляется при защите отчета на основе оценки решения обучающимся задач практики, приобретенных компетенций, знаний, умений и навыков, и выставляется дифференцированный зачет.

Оценка отчета основывается на выполнении следующих требований: полнота и детальность изложения; профессионализм выводов; умение использовать технологические и производственные термины; умение применять статистические данные и осуществлять расчеты; умение критически анализировать разные точки зрения на содержание и развитие исследуемого объекта; владение инструментарием экономического анализа; аккуратность и соответствие требованиям, предъявляемым к письменным работам; правильность оформления справочного аппарата.

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся в полном объеме ориентируется в тематике практики, отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Владеет маркетинговыми технологиями и навыками расчетов при формировании товарной, ценовой и коммуникационной политики, умеет разрабатывать конструктивные рекомендации для руководства в целях повышения рыночной устойчивости организации, (что соответствует повышенному уровню выполнения компетенций ОК-1, ОК-2, ОК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9).

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающейся хорошо ориентируется в тематике практики, отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета (что соответствует базовому уровню выполнения компетенций ОК-1, ОК-2, ОК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9).

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающейся ориентируется в тематике практики, отвечает на основные вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета (в отчете содержится информация не менее чем на 75% от требуемого в задании объема) (что соответствует пороговому уровню выполнения компетенций ОК-1, ОК-2, ОК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающейся не ориентируется в тематике практики, не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета (в отчете содержится информация менее чем на 60% от требуемого в задании объема). При изложении отчета допущены множественные ошибки.

По результатам защиты и с учетом содержания отчета, оценки руководителя от кафедры и руководителя от базы практики выставляется дифференцированная оценка, которая фиксируется в ведомости и в зачетной книжке обучающегося.

### Шкала оценивания

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале	
		экзамен, дифференцированный зачет	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

## 9. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

После защиты отчетов каждый руководитель практики от кафедры пишет отчет о результатах прохождения практики обучающимися. В нем указываются общие и индивидуальные пожелания обучающихся, руководителей практики от образовательной организации и собственные предложения по улучшению организации практики.

Отчеты руководителей практики и ответственного за организацию практики по кафедре обсуждаются на заседании кафедры.

Защищенные отчеты обучающихся и сопроводительная документация к ним сдаются в архив на хранение (ответственному за документацию по кафедре).

После выполнения программы практики отчет проверяет, оценивает работу обучающегося и характеризует его руководитель практики от образовательной организации. Его подпись в дневнике (характеристика, оценка о прибытии и выбытии с базы практики) и на отчете заверяется печатью образовательной организации.

В таком виде отчет о прохождении практики и дневник практики сдаются на проверку и подпись руководителю практики кафедры. Одновременно назначается день и состав комиссии по защите отчета. Полученная при защите положительная оценка заносится в специальный раздел зачетной книжки и ведомость.

Обучающийся, не выполнивший программу практики и получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, не аттестуется, не допускается к защите выпускной квалификационной работы и отчисляется из университета.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

В процессе прохождения производственной (технологической) практики обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплинам магистерской программы, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ГОУ ВПО «ДонНУ», текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других библиотечных баз данных.

Практиканты имеют возможность и используют материально-техническое обеспечение соответствующих баз практики.

Текущий контроль знаний студентов на основе тестирования, размещения для проверки результатов самостоятельной работы может проводиться с использованием ресурсов платформы дистанционного обучения.

## 11. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная		
№ п/п	Наименование	Количество экземпляров
1.	Ибрагимхалилова Т. В. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития и формирование благоприятного имиджа территорий: монография : монография / Т. В. Ибрагимхалилова // ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». – Донецк: Изд-во ООО «НПП» Фолиант», 2018. – 377 с.	1 + Электронный ресурс
2.	Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии / И.А. Дубровин. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 432 с.	Электронный ресурс
3.	Стратегический менеджмент : учебник / П.А. Михненко, Т.А. Волкова, А.Л. Дрондин, А.В. Вегера ; под ред. П.А. Михненко. - Москва: Университет «Синергия», 2017. - 305 с.	Электронный ресурс
4.	Кухарская Н.А., Новошинская Л.В. Маркетинг инноваций: Учебное пособие. – Одесса: «Атлант VOI COIY», 2016. - 215 с.	Электронный ресурс
5.	Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд ; ред. М.И. Соколова, Л.Г. Зайцев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 577 с.	Электронный ресурс
6.	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
7.	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
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	1
	Управление маркетингом / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 463 с.	Электронный ресурс
9.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной Дашков и К 2012 г. 446 страниц. Режим доступа: <a href="http://www.knigafund.ru/books/164449">http://www.knigafund.ru/books/164449</a>	Электронный ресурс
10.	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: Учебное пособие Дашков и К 2012 г. 294 страницы. Режим доступа: <a href="http://www.knigafund.ru/books/127753">http://www.knigafund.ru/books/127753</a>	Электронный ресурс
11.	Азимов, С. Продажи, переговоры: Практика, примеры / С. Азимов. - Москва [и др.]: Питер, 2013. - 320 с.	1
12.	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

13.	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
14.	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
15.	Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований: учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - 3-е изд. - М.: «Дашков и К», 2010. - 243 с.	4
16.	Кожухар В. М. Основы научных исследований: учеб. пособие / В. М. Кожухар. - М.: Дашков и К, 2010. - 216с.	30
17.	Философия в профессиональной деятельности: учебное пособие / под ред. А. Н. Чумакова; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.: Проспект, 2014. - 411 с.	1
18.	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: <a href="http://e.lanbook.com/book/72891">http://e.lanbook.com/book/72891</a> .	электронный ресурс
<b>Наименований: 18</b>		<b>88 печатных издания и 10 электронных ресурсов</b>

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

№ п/п	Наименование	Количество экземпляров
1.	Закон ДНР «Об аккредитации в республиканской системе аккредитации» № 62-ІНС от 10.08.2015г;	Электронный ресурс
2.	Закон ДНР «О государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности» №76-ІНС от 03.09.2015г;	Электронный ресурс
3.	Закон ДНР «О защите прав потребителей» №53-ІНС от 19.06.2015г	Электронный ресурс
4.	Розанова Н.М., Зороастрова И.В. Экономический анализ фирмы и рынка: учебник Юнити-Дана 2012 г. 279 страниц. Режим доступа: <a href="http://www.knigafund.ru/books/122650">http://www.knigafund.ru/books/122650</a>	Электронный ресурс
5.	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
6.	Зозулев, А. В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: теория, методология, статистика / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. - М.: Рыбари; К.: Знания, 2008. - 643 с.	1
7.	Зозулев, А. В. Маркетинг: учеб.пособ. / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина; под ред. С. А. Солнцева. - Киев: Знания; Москва: Рыбари, 2011. - 421 с.	1
8.	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
9.	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

10.	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
11.	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
12.	Йеннер, Т. Маркетинговое планирование / Т. Йеннер; [пер. с нем. О. А. Шипиловой]. - Харьков: Гуманит. Центр, 2010. - 274 с.	2
13.	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
14.	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
15.	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
16.	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
17.	Акулич, И. Л. Маркетинг: Учеб. для студентов экон. специальностей вузов / И. Л. Акулич. - 3-е изд. - Минск: Вышэйш. шк., 2004. - 464 с.	8
18.	Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: Уникал. отечеств. опыт / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. - СПб.: Питер; М. и др., 2004. - 269 с.	2
19.	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
20.	Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. - 4-е изд. - СПб.: Питер, 2007. - 346 с.	5
21.	Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзив. Технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности орг.: теория, методика, практика / Р. А. Фатхутдинов. - М.: ЭКСМО, 2004. - 541 с.	1
22.	Черник, Н. Ю. Товарная политика предприятия: Учеб. пособие для студентов вузов специальности "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.	Костров, А. В. Основы информационного менеджмента: учеб. пособие / А. В. Костров. - 2-е изд. - М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2009. - 527 с.	33
27.	Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг: практикум / [Т. Д. Бурменко, В. Ю. Баганов, О. Н. Баева и др.]; под ред. Т. Д. Бурменко. -	3



	Москва: КНОРУС, 2013. - 422 с.	
28.	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / Л. С. Драганчук. - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 192 с.	2
29.	Веснин, В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. – 4-е изд. – Москва: Проспект, 2015. – 613 с.	3
30.	Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований: учеб. пособие/ М. Ф. Шкляр. – 3-е изд. – М.: «Дашков и К», 2010. – 243 с.	4
31.	Кожухар, В. М. Основы научных исследований: учеб.пособие / В. М. Кожухар. – М.: Дашков и К, 2010. – 216с.	30
32.	Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. - 17-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2008. - 483 с.	1
33.	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
34.	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
35.	Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер. - Москва [и др.]: Изд. дом "Вильямс", 2008. - 646 с.	1
36.	Кузнецов, В. Г. Стратегический маркетинг: (учеб. пособие) / В. Г. Кузнецов, У. А. Иванова ; Донецкий нац. ун-т. - Донецк: ДонНУ, 2008. - 224 с.	1
37.	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
38.	Маркетинг: общий курс: учебное пособие для бакалавров / [А. Я. Якобсон, Н. Я. Калюжная, Н. В. Бацун и др.]; под ред. А. Я. Якобсона, Н. Я. Калюжной. - Москва: Омега-Л, 2013. - 503 с.	1
39.	Маркетинг: учебник для бакалавров / [Н. М. Кондратенко, М. В. Балашова, Е. С. Бурькин и др.]; под общ.ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2012. - 542 с.	1
40.	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
41.	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
42.	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
43.	Дурович А. П. Маркетинговые коммуникации: курс интенсивной подготовки / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. - Минск: Современная школа, 2010. - 222 с.	2
44.	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

45.	Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва: Аспект Пресс, 2013. - 198 с.	1
46.	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
47.	Алешина, И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: Курс лекций / И. В. Алешина. - М. : ИКФ : ЭКМОС, 2004. - 478,[1] с.	1
48.	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
49.	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
50.	Березкина, О. П. Productplacement: технологии скрытой рекламы / Ольга Березкина. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2009. - 206 с.	1
51.	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
52.	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
53.	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
54.	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: <a href="http://www.znaniyum.com">http://www.znaniyum.com</a> ]. — (Научная мысль). Режим доступа: <a href="https://doi.org/10.12737/13266">https://doi.org/10.12737/13266</a> .	Электронный ресурс
55.	Математическое моделирование социальных процессов. Вып. 10: сб. ст. / Михайлов А. П. (редактор). – М.: КДУ, 2009. – 525 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="https://donnu.bibliotech.ru">https://donnu.bibliotech.ru</a> .	Электронный ресурс
<b>Наименований: 55</b>		<b>179 печатных издания и 6 электронных ресурсов</b>

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: <http://library.donnu.ru>.
2. Виртуальная экономическая библиотека. – Режим доступа: <http://econom.nsc.ru/jep>.
3. Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>.
4. Бесплатная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://www.libereya.com>.
5. Электронная библиотека экономической и деловой литературы – Режим доступа: <http://www.aup.ru/library>.
6. Проект Института «Экономическая Школа». – Режим доступа:

<http://economicus.ru>.

7. Проект «Корпоративный менеджмент». – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>.

### **13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

При выполнении расчетных заданий обучающиеся используют программу *MS Office*, приложение *Excel*.

Тестирование знаний может быть проведено в компьютерном классе с использованием тестовой системы «*Индиго*».

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕПУБЛИКИ  
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

О Т Ч Е Т

о прохождении производственной (технологической) практики  
в (на) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

наименование базы практики

Студента (ки) \_\_\_\_\_

ФИО

Направления подготовки **38.04.02 Менеджмент**

Магистерской программы **Маркетинг**

Форма обучения **Очная**

Руководитель практики  
от предприятия

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

М.П.

Руководитель практики  
от кафедры

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

Государственная шкала \_\_\_\_\_

Количество баллов: \_\_\_\_\_

Оценка: ECTS \_\_\_\_\_

Члены комиссии:

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(фамилия и инициалы)

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(фамилия и инициалы)

Донецк – 20\_\_

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры  
маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.20 \_\_\_\_ г.

Зав.кафедрой

Т.В. Ибрагимхалилова

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры  
маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.20 \_\_\_\_ г.

Зав.кафедрой

Т.В. Ибрагимхалилова

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры  
маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонНУ»

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.20 \_\_\_\_ г.

Зав.кафедрой

Т.В. Ибрагимхалилова