

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра «Маркетинг и логистика»

Рабочая программа производственной практики

Укрупненная группа направлений подготовки:	38.00.00 Экономика и управление
Специальность:	38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг
Уровень высшего профессионального образования:	Бакалавриат
Образовательный уровень:	Бакалавр
Квалификация	Экономист
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2016

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана экономического факультета
Полшков Ю.Н.

М.П.

Рабочая программа производственной практики составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг и «Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утверждённого приказом Министерства образования и науки ДНР «30» октября 2015 г. № 750» с учетом «Изменений к Положению об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» от 10.08.2016 г. № 832.

Разработчик:

Доцент кафедры «Маркетинг и логистика», канд. экон. наук, доцент Молохова Я.О.

Рабочая программа производственной практики утверждена на заседании кафедры
«Маркетинг и логистика»

Протокол № 1 от 01.09.2016 г.

И.о. зав. кафедрой _____ Т.В. Ибрагимхалилова

Рабочая программа производственной практики одобрена учебно-методической комиссией
экономического факультета

Протокол № 1 от 15.09.2016 г.

Председатель учебно-методической
комиссии экономического факультета _____ Е.Н. Стрелина

© ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

©Я.О. Молохова

1. Область применения и место производственной практики в структуре ООП бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг.

Производственная практика является базовой частью основной образовательной программы подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг 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.

Производственная практика базируется на широком использовании знаний, полученных в процессе изучения курсов: «Маркетинг», «Стратегический менеджмент», «Основы маркетинговых исследований», «Поведение потребителей», «Инфраструктура товарного рынка», «Экономические основы логистики».

Производственная практика проводится по завершении теоретического обучения третьего года обучения (6 семестр). Она является одним из видов практик, которая проводится в рамках учебного плана по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг и является обязательной для прохождения всеми студентами.

Продолжительность практики 108 часов. Объем практики – 3 зачетные единицы.

Проведение практики должно обеспечить получение студентами представления о наборе компетенций направления подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг, закрепленных за данным видом практики.

Приобретенные в ходе прохождения практики знания, умения и навыки, а также рабочие материалы предприятия должны составить практическую основу для дальнейшего осознанного и углубленного изучения профессиональных дисциплин, а также при выполнении научно-исследовательской работы и выпускной квалификационной работы (дипломного проекта (работы)).

2. Нормативные ссылки

Настоящая программа разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Закона Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 13.07.2015 г.;
- Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной республики, утвержденного приказом МОН ДНР от 10.10.2015г. № 750;
- Государственного образовательного стандарта Высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, утвержденного приказом МОН ДНР от 16.09.2016 г. № 936;
- Изменения к «Положению об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики» от 10.08.2016 г. № 832;
- Типовое положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики от 16.12.2015 № 911;
- локальных нормативных актов Университета;
- других нормативными документами МОН ДНР и Университета.

3. Общие положения

Практика обязательна для студентов очной и заочной форм обучения.

Практика закрепляет знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывает практические навыки и способствует комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций.

Прохождение практики осуществляется в соответствии с учебным планом и

утвержденной программой практики и завершается составлением отчета о практике и его защитой.

Производственная практика направлена на получение первичных профессиональных умений и навыков, на расширение представлений обучающихся об избранной ими специальности.

Практика организуется с отрывом от учебных занятий в соответствии с заключенными договорами между ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» и экономическими субъектами, предоставляющими места практик (далее – базы практик). Форма договора на проведение практики представлена в Приложении А. Возможно также прохождение практики на предприятиях, учреждениях, организациях, предоставляющих письма-ходатайства.

Базами практики могут быть экономические и управленческие службы предприятий и организаций любых организационно-правовых форм, на которых возможно выполнение в полном объеме программы практики.

Руководителем практики от организаций, учреждений и предприятий назначаются квалифицированные специалисты.

4. Цели и задачи производственной практики

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

Задачи практики:

- изучение сферы и основных направлений деятельности предприятия (организации), его организационно-правовой формы, структуры управления;
- 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 о практике, курсовых работ, подготовки студенческих научных работ и др.

5. Требования к результатам прохождения практики

Процесс прохождения производственной практики направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг

общекультурных (ОК):

- ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
- ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию

общепрофессиональных (ОПК):

- ОПК-1 владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
- ОПК-5 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

профессиональных (ПК):

- ПК-1 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-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
- ПК-10 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

В результате прохождения практики практикант должен:

Знать:

- теоретические основы маркетинга, понятийный аппарат;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- анализ маркетинговых возможностей предприятия (SWOT-анализ);

- анализ стратегических зон хозяйствования, сегментов и ниш рынка, на которых действует предприятие;
- базисные концепции, системы и технологии маркетинга;
- анализ системы маркетинга на предприятии (организация, исследования, планирование, контроль);
- анализ комплекса маркетинга, используемого предприятием на целевых рынках;

уметь:

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

6. Требования к выбору базы практики

Производственная практика бакалавра проводится в организациях различного характера (профиля) деятельности, форм собственности и организационно-правового статуса: в государственных и муниципальных учреждениях, в министерствах и ведомствах, департаментах различных межведомственных Комитетов, предприятиях, фирмах, корпорациях, в банках, АО, консалтинговых фирмах, научно-исследовательских институтах и центрах, вузах, а также в других структурах.

Место для прохождения практики бакалавры могут искать самостоятельно, посещая собеседования. Для студентов базами практики могут являться предприятия и организации, на которых они работают.

Направление студентов на практику производится на основе договоров, заключенных между Университетом и базой практики или служебной записки с приложением копии трудовой книжки студента, заверенной по месту работы (Приложение 2) и оформляется распоряжением по факультету.

Выбор места прохождения практики – предприятия, организации или учреждения, осуществляется в соответствии с областью профессиональной деятельности. Так, студентам, проходящим производственную практику в 6 семестре, рекомендуется в качестве баз практики выбирать промышленные предприятия и органы государственной и муниципальной власти.

Если у студента нет возможности определиться с местом прохождения практики ему необходимо обратиться на кафедру для получения направления нахождение практики.

Если студент желает распределиться на практику самостоятельно, то он пишет

заявление, которое сдается на кафедру.

Определившись с местом прохождения практики, студент в установленные сроки проходит практику, получив отзыв-характеристику от руководителя практики от предприятия. Отзыв-характеристика заверяется подписью руководителя предприятия и печатью предприятия.

7. Объем практики и виды работы

Вид учебной работы	Всего часов	семестр			
		5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего)					
В том числе:					
Прохождение инструктажа	2		2		
Выполнение основного задания	42		42		
Выполнение индивидуального задания	42		42		
Оформление отчета	22		22		
Самостоятельная работа (всего)	108/3		108/3		

8. Содержание производственной практики

Содержание практики предполагает выполнение основного и индивидуального задания.

Основное задание заключается в следующем:

- изучить миссию, цели и задачи предприятия (организации) и масштабы его деятельности;
- форму собственности, динамику развития;
- исследовать организационную структуру управления: описать функции, правовые основы, методы работы и структуру управления предприятием, дать характеристику структурных подразделений с указанием выполняемых ими функций, особенности делегирования полномочий в данной организации;
- дать характеристику осуществляемых маркетинговых функций;
- рассмотреть принципы организации службы маркетинга, распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом;
- проанализировать занимаемую предприятием долю рынка;
- проанализировать динамику объемов и структуры продаж по различным товарным категориям и рынкам;
- изучить товарный ассортимент предприятия и методы управления ассортиментом;
- изучить динамику количественного роста или сокращения клиентов;
- дать характеристику осуществляемому планированию и контролю маркетинговой деятельности;
- предложить мероприятия по совершенствованию организации маркетинга на предприятии.

Более детальный перечень вопросов для изучения и анализа в процессе прохождения профессиональной практики определяется студенту руководителем практики от кафедры в индивидуальном задании.

Индивидуальное задание выдается студенту, исходя из специфики деятельности и уровня развития предприятия (организации).

9. Обязанности практиканта при прохождении производственной практики

На производственную практику допускается студент, полностью выполнивший учебный план.

Перед выходом на производственную практику студент обязан явиться на общее собрание по практике, получить календарно-тематический план производственной практики, а при необходимости и индивидуальное задание и ознакомиться с ним.

Во время прохождения практики студент обязан:

- выполнять задания, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;
- выполнять порученную ему работу и указания руководителей практик (от кафедры и от организации, где студент проходит практику);
- соблюдать правила внутреннего распорядка организации, а так же правила охраны труда и техники безопасности;
- сообщать руководителю от кафедры о ходе работы и обо всех отклонениях и трудностях прохождения практики;
- систематически вести дневник практики и своевременно накапливать материалы для отчета о практике.

По окончании срока практики студент обязан получить отзыв-характеристику своей работы во время практики от руководителя практики от организации (предприятия).

После окончания практики студент должен сдать полученную им в организации (на предприятии) литературу и пропуск.

Студент должен составить письменный отчет о прохождении практики и сдать его лаборанту кафедры на регистрацию (вместе с дневником, отзывом-характеристикой и анкетой для самооценки студента по итогам прохождения производственной практики) и своевременно, в установленные сроки, защитить после устранения замечаний руководителя, если таковые имеются.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе, или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется повторно на практику.

10. Обязанности руководителя практики

Руководитель практики от кафедры «маркетинга и логистики»

обязан:

- предварительно решить вопрос о предоставлении студентам рабочих мест на базе практики;
- установить связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- разработать и выдать студентам календарно-тематический план (индивидуальные задания) для прохождения практики на конкретном рабочем месте;
- принимать участие в распределении студентов по рабочим местам или перемещении их по видам работ;
- совместно с руководителем практики от организации осуществлять контроль за соблюдением студентами правил внутреннего распорядка организации и техники безопасности;
- осуществлять контроль за соблюдением сроков прохождения практики и за выполнением программы практики; своевременно принимать необходимые меры по устранению возможных отклонений от программы практики.
- оказывать методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов;
- оценивать результаты выполнения студентами программы практики.

Руководитель практики от организации (предприятия) обязан:

- ознакомить студентов с режимом работы организации (предприятия) и спецификой ее работы;
- подготовить приказ, которым регламентируется вся практика студентов на данной базе с учетом программы производственной практики;
- осуществлять систематический контроль за текущей работой студента;
- создавать нормальные условия для выполнения программы на всех рабочих местах;
- оказывать студентам практическую помощь в отборе, изучении и обработке документов и материалов;
- обеспечивать эффективное использование рабочего времени студентами;
- по окончании практики составить отзыв-характеристику на студента, в которой указываются: степень выполнения программы практики, приобретение практических навыков, участие в аналитической, исследовательской работе, а также выявленные в процессе прохождения практики деловые качества студента.

Общий контроль за подготовкой и проведением производственной практики осуществляется заведующим кафедрой маркетинга.

Непосредственное руководство производственной практикой возлагается на преподавателей, назначаемых кафедрой.

11. Содержание и форма отчета

Отчет по практике оформляется в соответствии с требованиями по оформлению письменных работ. Титульный лист отчета оформляется в соответствии с образцом в приложении А.

При оформлении отчета по практике студент должен продемонстрировать свои умения работы с текстовым материалом. Отчет должен быть разбит на разделы, к каждому из которых могут быть применены отдельные параметры (например, колонтитулы с фамилией студента должны присутствовать только в индивидуальном задании). Оглавление, добавляемое в отчет, может быть вставлено как автоматическое оглавление. Нумерация для всех страниц отчета – общая, начинается с введения. На титульном листе и листе оглавления нумерация не ставится.

Оглавление отчета может включать как разделы, на которые разбит сам отчет, так и разделы, на которые разбит материал первой части, выполненной в виде характеристики предприятия.

В индивидуальном задании необходимо указывать номер варианта задания и приводить его содержание.

Список источников информации должен включать в себя источники информации, использованные при подготовке реферата.

12. Способы диагностики знаний для проведения промежуточной аттестации

12.1 Форма аттестации практики и порядок ее проведения

В установленные сроки (определяемые графиком проведения практики) студенты должны представить отчет по практике на кафедру. Отчет проверяется руководителем практики от кафедры. При неправильном оформлении отчета – он направляется на доработку, после которой студент должен вновь представить отчет на кафедру для его оценки руководителем практики от кафедры.

После получения допуска студент может ознакомиться с предварительной оценкой отчета. Оценка осуществляется по балльно-рейтинговой системе оценивания, приведенной в таблицах 1,2.

Балльно-рейтинговая система для оценки успеваемости практикантов представлена в таблице 1.

Таблица 1

Балльно-рейтинговая система для оценки успеваемости практикантов

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл	Всего
Компонент своевременности	20	20
Правильное оформление отчета	30	30
Качество содержания отчета	30	30
Итого максимум за период:	80	80
Защита отчета (максимум)	20	20
Нарастающим итогом	100	100

Таблица 2

Порядок оценивания академической успеваемости 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

12.2 Форма результата прохождения практики и критерии ее оценки

Проверенный отчет о практике является для студента, проходящего практику самостоятельно, обязательным требованием для допуска к участию в аттестационном мероприятии (дифференцированном зачете).

Защита отчета проводится по расписанию.

На защиту выносится изложение содержания типового задания.

Получение зачета по практике для каждого студента носит обязательный характер.

Студенты, не выполнившие программу практики или получившие оценку «не зачтено» или «неудовлетворительно», считаются имеющими академическую задолженность в соответствии с Положением об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной республики, утвержденного приказом МОН ДНР от 10.10.2015г. № 750.

13. Структура и содержание отчета о прохождении практики

Отчет по практике должен содержать следующие разделы:

- 1) Титульный лист
- 2) Содержание
- 3) Введение
- 4) Раздел 1: Основное (типовое) задание.
- 5) Раздел 2: Индивидуальное задание.
- 6) Заключение
- 7) Список использованных источников.

В разделе «Введение» отчета обязательно указывается, какие компетенции практикант планирует освоить. В разделе «Заключение» отчета студент обязательно указывает, каким образом были освоены общекультурные компетенции.

Отчет по практике сдается на кафедру в печатном виде.

14. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

В процессе прохождения практики должны применяться образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии.

Образовательные технологии при прохождении практики могут включать в себя:

- инструктаж по технике безопасности;
- экскурсия по организации;
- первичный инструктаж на рабочем месте;
- наглядно-информационные технологии (материалы выставок, стенды, плакаты, альбомы);
- использование библиотечного фонда; организационно-информационные технологии (присутствие на собраниях, совещаниях, «планерках», нарядах);
- вербально-коммуникационные технологии (интервью, беседы с руководителями, специалистами, работниками массовых профессий предприятия (учреждения, жителями населенных пунктов);
- наставничество (работа в период практики в качестве ученика опытного специалиста);
- информационно-консультационные технологии (консультации ведущих специалистов);
- информационно-коммуникационные технологии (информация из интернета); информационные материалы радио и телевидения; аудио- и видеоматериалы.

Научно-производственные технологии при прохождении практики могут включать в себя: инновационные технологии, используемые в организации, изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики; эффективные традиционные технологии, используемые в организации, изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики; консультации ведущих специалистов по использованию научно-технических достижений.

Научно-исследовательские технологии при прохождении практики могут включать в себя:

- определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановку исследовательской задачи;
- разработку инструментария исследования;
- наблюдения, измерения, фиксация результатов;
- сбор, обработка, анализ и предварительную систематизацию фактического и литературного материала;
- использование информационно-аналитических компьютерных программ и технологий;
- прогноз развития ситуации (функционирования объекта исследования);
- использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ, и технологий;
- систематизация фактического и литературного материала; обобщение полученных результатов;
- формулирование выводов и предложений по общей части программы практики;
- экспертизу результатов практики (предоставление материалов дневника и отчета о практике; оформление отчета о практике).

Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике:

- Технологии моделирования оптимального управления запасами;
- SCOR-моделирование;
- DCOR-моделирование;
- Технологии SOP – «Планирование продаж и операций».

15. Материально-техническое обеспечение процесса прохождения практики

В процессе прохождения практики студенты имеют возможность использовать учебные материалы по изучаемым дисциплинам, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. С использованием ресурсов платформы дистанционного обучения также осуществляется текущий контроль знаний студентов.

16. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Основная литература

1.Алексеев, С. Б. Формирование стратегического потенциала торгового предприятия: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра экон. наук / Алексеев Сергей Борисович; Гос. организация высш. проф. образования "Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. - Донецк, 2015. - 43 с.

2.Белявцев, М. И. Маркетинговая политика распределения: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / М. И. Белявцев, Г. Д. Леонова, А. М. Зайцева; Донецкий нац. ун-т, Экон. фак. - Донецк: ДонНУ, 2012. - 256 с.

3.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.

4.Иванов, И. Н. Организация производства на промышленных предприятиях: учебник по дисциплине специализации специальности "менеджмент организации" / И. Н. Иванов. - Москва: ИНФРА-М, 2009. - 351 с.

5.Йеннер, Т. Маркетинговое планирование / Т. Йеннер; [пер. с нем. О. А. Шипиловой]. - Харьков: Гуманит. Центр, 2010. - 274 с.

6.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.

7.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.

8.Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва: Аспект Пресс, 2013. - 198 с.

9. Панков, В. В. Экономический анализ: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит" и "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / В. В. Панков, Н. А. Казакова. - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 623 с.

10. Фатхутдинов, Р. А. Организация производства: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по эконом. и техн. специальностям / Р. А. Фатхутдинов. - 3-е изд. - Москва: Инфра-М, 2011. - 544 с.

Дополнительная литература

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. Йеннер, Т. Маркетинговое планирование / Т. Йеннер; [пер. с нем. О. А. Шипиловой]. - Харьков: Гуманит. Центр, 2010. - 274 с.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. - 14-е изд. - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 647с.
9. 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.
10. Экономический анализ: основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации/[подгот.: Н. В. Войтоловский и др.]; под ред. Н. В. Войтоловского [и др.]; С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2013. - 548 с.

Периодическая и электронные ресурсы

1. Центр дистанционного образования экономического факультета ДонНУ. – Режим доступа: ef.donnu-support.ru
2. Библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru
3. <http://www.grebennikov.ru> – журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
4. <http://www.grebennikoff.ru/product/19> – журнал «Управление каналами дистрибуции»
5. <http://www.risk-online.ru> – журнал «Риск: Ресурсы, Информация, Снабжение»
6. <http://www.marketing-magazine.ru-22> – журнал «Маркетинг Менеджмент»
7. <http://www.dis.ru> - журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
8. <http://www.marketingpro.ru>- журнал «Маркетинг PRO»

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

О Т Ч Е Т

по производственной практике

Студента (ки)

Укрупненная группа направлений подготовки:	38.00.00 Экономика и управление
Специальность:	38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг
Уровень высшего профессионального образования:	Бакалавриат
Образовательный уровень:	Бакалавр
Квалификация	Экономист
Форма обучения:	очная, заочная

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__ год

Учебное издание

Молохова Ярослава Олеговна

Рабочая программа производственной практики
уровня высшего профессионального образования «Бакалавриат»
по специальности 38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг
очной и заочной форм обучения

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
Протокол заседания кафедры № 01 от 01.09.2016 г.
И.о. зав. кафедрой _____ Т.В. Ибрагимхалилова