

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
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

СКВОЗНАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИК

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>

Утверждено на заседании
Учёного совета экономического факультета
протокол № 8 от 17.04. 2019 г.,
Председатель Учёного совета факультета
Ю.Н. Полшков

Донецк 2019



УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана экономического
факультета

Ю.Н. Полшков

«11» апреля 2019 г.

Сквозная программа практик 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.; Типового положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики от 16.12.2015 №911; Положения о практике студентов ГОУ ВПО «ДонНУ», осваивающих основные образовательные программы высшего профессионального образования от 30.12.2016 № 256/05, п.4; учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программы: Маркетинг, утвержденного Ученым советом университета от 02.04.2019 г., протокол № 3.

Разработчики:

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга и логистики

Т.В. Ибрагимхалилова

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга и логистики

М.Н. Беспятая

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга и логистики

Я.О. Молохова

Сквозная программа практик утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики

Протокол № 9а от «04» апреля 2019 г.

И.о. зав. кафедрой
маркетинга и логистика

Т.В. Ибрагимхалилова

Сквозная программа практик одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 4 от «09» апреля 2019 г.
Председатель УМК

Е. Н. Стрелина

© ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИК ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ	4
1.1 СОБЛЮДЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ГОС ВПО К ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ	4
1.2 ВИДЫ ПРАКТИК	20
1.2.1 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА	20
1.2.2 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА	22
1.2.3.ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА	23
1.2.4 НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА (НИР)	24
1.2.5 ПРЕДДИПЛОМНАЯ (В ТОМ ЧИСЛЕ ПОДГОТОВКА МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ) ПРАКТИКА	26
1.3 ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ, БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОРЯДОК ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ НА ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ	27
1.4 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЭКСКУРСИИ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	31
1.5 ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ, ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ СТУДЕНТОВ ПО ПРАКТИКЕ, ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ	32
1.6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ	35
1.7. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА	36

1. 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» (магистерская программа: 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» (магистерская программа: 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 магистерской подготовки по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа: 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», (магистерская программа: Маркетинг), различных видов практики нацелено на их подготовку к решению практических задач в процессе осуществления различных видов профессиональной, 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.

1.1 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 профессиональной деятельностью.

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

- Законом Донецкой Народной Республики «Об образовании» № 55-ІНС 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 профессионального образования Донецкой Народной Республики» (№ 1647 от 20.10.2016 г.);

- Положением ГОУ ВПО «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», (магистерская программа: 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 (Магистерская программа: Маркетинг), в программе подготовки магистров предусмотрены такие **виды практики: учебная** (практика по получению первичных умений и навыков),

производственная (педагогическая); производственная (технологическая); научно-исследовательская работа (НИР) рассредоточенная; преддипломная (в том числе подготовка **магистерской диссертации**) практика.

Учебная практика (практика по получению первичных умений и навыков) 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.

Производственная (педагогическая) практика проводится с целью формирования 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.

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.

Научно-исследовательская работа (НИР) рассредоточенная - 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 профессиональной деятельности, 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 (Магистерская программа: Маркетинг), является обязательной составляющей учебного процесса, предусмотренного ГОС ВПО подготовки кадров высшей квалификации и составной частью ООП ВПО.

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 (Магистерская программа: Маркетинг) основными **видами практики** студентов магистратуры являются **учебная, производственная (педагогическая), производственная (технологическая), научно-исследовательская работа (НИР), преддипломная (в т. ч. подготовка магистерской диссертации)** 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. 1.1.

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 (Магистерская программа: 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 (Магистерская программа: 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 (Магистерская программа: 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» (магистерская программа: 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 по получению первичных умений и навыков)	3	108	2	2	Дифференцированный зачет
2.	Производственная (педагогическая) практика	6	216	6	3	Дифференцированный зачет
3.	Производственная (технологическая) практика	6	216	6	4	Дифференцированный зачет
4.	Научно-исследовательская работа (НИР)	15	540	15	1,2,3	Дифференцированный зачет
5.	Преддипломная (в том числе подготовка магистерской диссертации) практика	15	540	15	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.

Базами практики 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 работы студентов;

- 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 и т. д.).

- промышленные предприятия различных форм собственности;

- государственные организации (учреждения, предприятия);

- органы государственной власти и управления;

- органы муниципальной власти и управления;

- муниципальные организации (учреждения, предприятия);

- иные некоммерческие и коммерческие организации (учреждения,

предприятия);

- общественные организации;

- 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 и т. д.).

Производственная (педагогическая) практика может 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.

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.

Научно-исследовательская работа (НИР) может быть организована и проводится в научно-исследовательских организациях и учреждениях, осуществляющих деятельность в сфере экономики, менеджмента, маркетинга (например, в учебной лаборатории кафедры маркетинга и логистики, в межкафедральной лаборатории экономического факультета, в ГУ «Институт экономических исследований» и т. д.).

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

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

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 **учебной** практики студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2).

В результате прохождения производственной (**педагогической**) практики

студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-10).

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

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

В результате прохождения **научно-исследовательской работы (НИР)** студенты должны обладать:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного

исследования (ОПК-3);

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);

- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);

- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9)

- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-10).

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

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);

- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);

- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

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 по направлению 38.04.02 Менеджмент (Магистерская программа: 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 управления 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 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.

Целью научно-исследовательской работы (НИР) 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 работы (НИР):

- 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, необходимых для 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 преддипломной (в т. ч. подготовка магистерской диссертации) 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 преддипломной (в т. ч. подготовка магистерской диссертации) 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 преддипломной (в т. ч. подготовка магистерской диссертации) 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 деловых коммуникаций.

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 прохождении практики.**

1.2. ВИДЫ ПРАКТИК

1.2.1. Учебная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)

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

Таблица 1.2.

Календарный план прохождения учебной практики

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	Выбор базы практики и оформление 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.

1.2.2. Производственная (педагогическая) практика

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

Таблица 1.3.

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; консультация с руководителем от университета	1
3	Оформление документов (пропусков, удостоверений и т.п.), инструктаж по технике безопасности и охране труда	1
4	Педагогическая практика - всего:	116
	в том числе:- ознакомление с нормативными документами планирования учебного процесса;	16
	- посещение методических семинаров кафедры;	6
	2	3

	- посещение лекционных и семинарских занятий ведущих преподавателей кафедры с целью ознакомления с методикой и практикой их проведения	48
	- работа со специальной научно-методической литературой	22
	- подготовка пробной лекции по изучаемой проблеме	24
5	Разработка материалов и проведение лекционных и семинарских занятий	56
6	Оформление и составление отчета	38
7	Представление отчета по практике руководителю	2
8	Защита отчета по практике	2
	Всего	216/(6 з.е.)

1.2.3. Производственная (технологическая) практика

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.

Таблица 1.4

Календарный план прохождения производственной (технологической) 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	Технологическая практика - всего:	140
	в том числе:	
	- ведение библиографической работы, в том числе с привлечением информационных технологий;	36
	- выбор необходимых методов исследования, исходя из задач исследования;	34
	- подбор необходимых материалов для выполнения магистерского исследования;	34

	- обработка полученных в ходе исследования данных, их анализ и грамотная интерпретация	36
5	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	40
6	Оформление и составление отчета	30
7	Представление и защита отчета по практике	4
	Всего	216/(6 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).

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.

1.2.4. Научно-исследовательская работа (НИР)

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 1.5

Календарный план выполнения научно-исследовательской работы (НИР)

№ п/п	Наименование мероприятий	Количество часов
1	2	3
1	Выбор базы выполнения научно-исследовательской работы и оформления писем о согласии предприятия о	за 2 недели до начала

	предоставлении студенту соответствующей информации	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:	336
	-участие в межкафедральных научных семинарах, теоретических семинарах (по тематике исследования), а также в научной работе кафедры;	60
	-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;	54
	-подготовка и публикация тезисов докладов, научных статей;	42
	- осуществление научных исследований, экспериментальной работы в той или иной научной сфере, связанной с магистерской диссертацией	180
5	Выполнение заданий научного руководителя в соответствии с утвержденным индивидуальным рабочим планом магистранта. Проект первой главы диссертации.	168
6	Оформление и составление отчета	30
7	Представление и защита отчета	4
	Всего	540/(15 з.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).

1.2.5. Преддипломная (в т. ч. подготовка магистерской диссертации) 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 1.6

Календарный план преддипломной (в т. ч. подготовка магистерской диссертации) 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:	320
	в том числе:	
	- изучение структуры коммерческой службы организации, маркетингового отдела (управления, службы) или другого отдела, занимающегося вопросами маркетинга и рекламы, функций и задач, входящих в эти подразделения.	38

	-изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;	82
	- создание системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж)	62
	- выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала;	138
5	Выполнение индивидуального задания в соответствии с темой магистерской диссертации	160
6	Оформление и составление отчета	54
7	Представление отчета по практике руководителю от университета	2
8	Защита отчета по практике	2
	Всего	540/(15з.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.

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 x 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.

1.4. 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.

1.5. 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 и т.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. Помещения 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».

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. 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 «Маркетинг PRO» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketingpro.ru>
10. Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант», профессиональные поисковые системы «ScienceDirect», «EconLit», информационно-справочная система «Blumberg».

1.7. 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 ВОІ СОІУ», 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: http://www.knigafund.ru/books/164449	Электронный ресурс
10.	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
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: http://e.lanbook.com/book/72891 .	электронный ресурс
Наименований: 18		88 печатных издания и 10 электронных ресурсов

Дополнительная

№ п/п	Наименование	Количество экземпляров
1.	Закон ДНР «Об аккредитации в республиканской системе аккредитации» № 62-ИНС от 10.08.2015г;	Электронный ресурс
2.	Закон ДНР «О государственном надзоре в сфере хозяйственной деятельности» №76-ИНС от 03.09.2015г;	Электронный ресурс
3.	Закон ДНР «О защите прав потребителей» №53-ИНС 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: http://www.knigafund.ru/books/122650	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 стратеги 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. - Москва: КНОРУС, 2013. - 422 с.	3
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: http://www.znaniium.com]. — (Научная мысль). Режим доступа: https://doi.org/10.12737/13266 .	Электронный ресурс
55.	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: 55		179 печатных издания и 6 электронных ресурсов