

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.09.2024 10:55:39

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

Рабочая программа практики
Производственная практика (преддипломная практика)

Направление 38.03.06 Торговое дело
Направленность 38.03.06.10 Цифровой маркетинг

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА **Маркетинг и реклама****Распределение часов практики по семестрам**

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 8 (4.2) | | Итого | |
|---|----------------|-----|-------|-----|
| | УП | РП | УП | РП |
| Неделя | | | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 4 | 4 | 4 | 4 |
| В том числе в форме практ.подготовки | 212 | 212 | 212 | 212 |
| Итого ауд. | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Контактная работа | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Сам. работа | 212 | 212 | 212 | 212 |
| Итого | 216 | 216 | 216 | 216 |

Объем практики

| | |
|--------|-----|
| Неделя | 4 |
| Часов | 216 |
| ЗЕТ | 6 |

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доц., Иванченко О.В.

Зав. кафедрой: д.э.н., проф. Бондаренко В.А.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Костоглодов Д.Д.

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| | |
|-----------|------|
| Блок ООП: | Б2.О |
|-----------|------|

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов;

ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

основы социального взаимодействия (соотнесено с индикатором УК-3.1), основы деловой коммуникации в устной и письменной формах (соотнесено с индикатором УК-4.1), основы межкультурного разнообразия общества (соотнесено с индикатором УК-5.1), основы торгово-экономических процессов в сфере обращения (соотнесено с индикатором ОПК-3.1), средства и методы оценки экономической эффективности организационно-управленческих решений в маркетинге (соотнесено с индикатором ОПК-4.1), современные программные средства при решении маркетинговых задач (соотнесено с индикатором ОПК-5.1), аналитические информационные технологии обеспечения маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-6.1)

Уметь:

работать в команде (соотнесено с индикатором УК-3.2), решать маркетинговые задачи на основе деловой коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.2), анализировать целевую аудиторию на основе межкультурного разнообразия общества (соотнесено с индикатором УК-5.2), исследовать торгово-экономические процессы (соотнесено с индикатором ОПК-3.2), анализировать и оценивать экономическую и финансовую эффективность маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-4.2), формировать маркетинговую информационную систему с использованием информационных технологий и программных средств (соотнесено с индикатором ОПК-5.2), моделировать бизнес-процессы маркетинговой деятельности на основе современных информационных технологий (соотнесено с индикатором ОПК-6.2)

Владеть:

навыками взаимодействия в команде при решении профессиональных задач (соотнесено с индикатором УК-3.3), навыками деловой коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.3), навыками исследования поведения потребителей с учетом межкультурного разнообразия общества (соотнесено с индикатором УК-5.3), методами анализа рынка с учетом природы торгово-экономических процессов (соотнесено с индикатором ОПК-3.3), методами экономического и финансового анализа (соотнесено с индикатором ОПК-4.3), информационными технологиями и программными средствами при решении маркетинговых задач (соотнесено с индикатором ОПК-5.3), методами реализации аналитического обеспечения маркетинговой деятельности на основе современных информационных технологий (соотнесено с индикатором ОПК-6.3)

3. ПРАКТИКА

Вид практики:

Производственная

Форма практики:

Дискретно по периодам проведения практик. Практика проводится в форме практической подготовки.

Тип практики:

преддипломная практика

Форма отчетности по практике:

Дневник о прохождении практики, отчет о прохождении практики

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Раздел 1. Подготовительный этап

| № | Наименование темы / Вид занятия | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
|-----|--|----------------|-------|-------------|-------------------------------------|
| 1.1 | Вводная лекция. Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по | 8 | 4 | ОПК-3, ОПК- | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, |

| | прохождению практики, по составлению и оформлению дневника и отчета по практике. / Лек / | | | 4,ОПК-5,УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-6 | Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6 |
|--------------------------------------|---|----------------|-------|--|--|
| Раздел 2. Основной этап | | | | | |
| № | Наименование темы / Вид занятия | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
| 2.1 | Ознакомление с организацией работы на предприятии и в структурных подразделениях. Работа с литературой и электронными ресурсами. Сбор аналитических данных. Анализ маркетинговой деятельности объекта преддипломной практики, анализ возможностей внедрения инноваций маркетинговой деятельности с использованием LibreOffice. / Ср / | 8 | 190 | ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-6 | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6 |
| Раздел 3. Заключительный этап | | | | | |
| № | Наименование темы / Вид занятия | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература |
| 3.1 | Подготовка отчетной документации по итогам практики; составление и оформление отчета о прохождении преддипломной практики с использованием LibreOffice; сдача отчета о практике на кафедру. / Ср / | 8 | 22 | ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-6 | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6 |
| 3.2 | / ЗачётСОц / | 8 | 0 | ОПК-3,ОПК-4,ОПК-5,УК-3,УК-4,УК-5,ОПК-6 | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6 |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике представлен в Приложении 1 к программе практики.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

6.1. Учебная литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|---|--|---|---|
| Л1.1 | Тузова А. А. | Организация службы маркетинга на предприятии: учебное пособие | Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2011 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234826 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л1.2 | Эриашвили, Н. Д., Коротков, А. В., Синяева, И. М., Болдырева, Т. В., Замедлина, Е. А., Маслова, В. М., Соскин, Я. Г., Коротков, А. В., Синяева, И. М. | Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «маркетинг» | Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 | https://www.iprbookshop.ru/71205.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л1.3 | Захарова, Ю. А. | Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020 | http://www.iprbookshop.ru/87620.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|---|
| Л1.4 | Лунева, Е. А., Реброва, Н. П. | Цифровой маркетинг: учебное пособие | Москва: Прометей, 2021 | https://www.iprbookshop.ru/125686.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л1.5 | Шевченко Д. А. | Цифровой маркетинг: учебник | Москва: Директ-Медиа, 2022 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год | Колич-во |
|------|--|--|---|---|
| Л2.1 | Данченко Л. А., Иванова А. Г., Ласковец С. В., Невоструев П. Ю. | Маркетинг: учебно-практическое пособие: учебное пособие | Москва: Евразийский открытый институт, 2008 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93151 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.2 | Казанцев П. И. | Отдел маркетинга торговой сети – роль и задачи: монография | Москва: Лаборатория книги, 2012 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141541 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.3 | Жук Е. С., Кетова Н. П. | Стратегический маркетинг: учебник | Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.4 | Помаз, И. В., Шингирей, С. А., Харкевич, А. М., Михарева, В. А. | Прикладной маркетинг: учебное пособие | Минск: Вышэйшая школа, 2007 | https://www.iprbookshop.ru/21749.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.5 | | Региональная экономика : теория и практика: журнал | Москва: Финансы и кредит, 2023 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698971 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |
| Л2.6 | | Российский экономический журнал: журнал | Москва: Московский финансово-юридический университет (МФЮА), 2023 | https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712557 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей |

6.2 Ресурсы сети «Интернет»

| | |
|----|---|
| Э1 | База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) https://wciom.ru/database/ |
| Э2 | База данных Фонда общественного мнения https://bd.fom.ru |

6.3. Информационные технологии:

6.3.1. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

6.3.2. Перечень информационных справочных систем

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, а также подразделения Университета, являющиеся базами практики должны обеспечить рабочее место студента оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Отчет по производственной практике (преддипломной практике) состоит из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет не менее 20 страниц печатного текста. Вторая часть отчета о практике представляет собой приложения к отчету (графики, рисунки, диаграммы и таблицы, статистические данные, копии локальных актов организации (предприятия) и т.п.)

Отчет по практике выполняется на русском языке, в компьютерном наборе на белой бумаге, на одной стороне, формата А 4 (210x297 мм).

Текст печатается 14 шрифтом, через 1,5 интервала с полями: левое - 3 см, правое - 1 см, верхнее и нижнее - 2 см. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см, отступы строк и интервалы до и после абзаца должны быть равны нулю. Все слова в тексте отчета должны быть написаны полностью. Допускаются только общепринятые сокращения (например: и так далее - и т.д.; то есть - т. е.; смотри - см.) и сокращения, расшифровываемые в перечне сокращений, символов и специальных терминов.

В тексте отчета не допускаются выделения подчеркиванием, курсивом, полужирным шрифтом или любыми другими способами.

Все страницы отчета должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами. Номер страницы помещается в нижней части листа, располагаясь по центру без точки. Размер шрифта 11. Общей нумерации подвергается также титульный лист, номер на котором не проставляется.

В общий объем отчета включается количество страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом списка использованных источников (приложения в общий объем отчета не засчитываются).

Обучающийся выполняет следующее:

- 1) осуществляет сбор, хранение, обработку и анализ информации для написания выпускной квалификационной работы;
- 2) проводит анализ и оценку маркетинговой деятельности предприятия, отраслевых рынков, продвижения товаров от производителей до потребителей;
- 3) анализирует структуру и характеристику товарной политики, ценовой политики, каналов распределения и маркетинговые коммуникации на предприятии;
- 4) анализирует и оценивает организацию, планирование и контроль цифрового маркетинга на предприятии;
- 5) исследует информационное обеспечение цифровой маркетинговой деятельности;
- 6) оценивает эффективность цифровых маркетинговых стратегий и мероприятий и результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;
- содержание;
- разделы:

- 1 Организация и предмет цифровой маркетинговой деятельности коммерческого предприятия
- 2 Маркетинговые исследования и МИС (маркетинговая информационная система) предприятия
- 3 Разработка и реализация товарной политики предприятия
- 4 Анализ закупок и политики распределения предприятия
- 5 Анализ политики ценообразования предприятия
- 6 Анализ политики продвижения предприятия
- 7 Анализ и расходов на цифровой маркетинг предприятия
- 8 Анализ стратегического маркетингового планирования: цифровая маркетинговая стратегия и маркетинговый план предприятия
- 9 Анализ маркетинговой и конкурентной среды предприятия
10. Анализ клиентской политики предприятия в онлайн и офлайн цифровой среде

- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведенное выше в конкретном отчете того или иного обучающегося может корректироваться.

Список должен содержать сведения об источниках литературы, использованных в процессе прохождения практики (должностные инструкции, Устав предприятия и др.), в алфавитном порядке. Включение в список литературы, которой обучающийся не пользовался в своей работе, недопустимо.

К отчету могут быть приложены отчетность предприятия, таблицы, схемы, бланки, а также образцы документов, с которыми обучающийся непосредственно работал в процессе практики.

Отчет обязательно должен содержать не только информацию о выполнении заданий программы практики, но и включать анализ этой информации, выводы и рекомендации, разработанные обучающимся самостоятельно.

Аттестацию по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета и дневника. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

| ЗУН, составляющие компетенцию | Показатели оценивания | Критерии оценивания | Средства оценивания |
|---|--|---|---------------------------------------|
| УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | | | |
| Знать основы социального взаимодействия | проводит исследования социального взаимодействия при написании отчета и ответе на вопрос индивидуального задания | полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь работать в команде | применяет различные методы командной работы при написании отчета | аргументированность использованных в отчете методов командной работы при анализе данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Владеть навыками взаимодействия в команде при решении профессиональных задач | формулировка предлагаемых мер повышения взаимодействия в команде при написании отчета | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | | | |
| Знать основы деловой коммуникации в устной и письменной формах | собирает данные с помощью деловой коммуникации при написании отчета | полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь решать маркетинговые задачи на | решение маркетинговых задач предприятия с помощью деловой | Правильность решения маркетинговых задач в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; | Индивидуальное задание (задание 1-25) |

| | | | |
|---|--|---|---------------------------------------|
| основе деловой коммуникации | коммуникации в отчете | полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | |
| Владеть навыками деловой коммуникации | проведение анализа маркетинговой информации с помощью деловой коммуникации при написании отчета | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | | | |
| Знать основы межкультурного разнообразия общества | проводит исследования межкультурного разнообразия общества при написании отчета и ответе на вопрос индивидуального задания | полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь анализировать целевую аудиторию на основе межкультурного разнообразия общества | применяет различные методы анализа целевой аудитории при написании отчета | полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Владеть навыками исследования поведения потребителей с учетом межкультурного разнообразия общества | проведение анализа поведения потребителей с помощью деловой коммуникации при написании отчета | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов | | | |
| Знать основы торгово-экономических процессов в сфере обращения | собирает данные, проводит исследование торгово-экономических процессов при написании отчета | аргументированность использованных в отчете методов исследования | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь исследовать торгово-экономические процессы | применяет различные методы анализа торгово-экономических процессов, формулирует выводы в | полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного | Индивидуальное задание (задание 1-25) |

| | | | |
|--|---|---|---------------------------------------|
| | отчете по практике | материала в соответствии с индивидуальным заданием | |
| Владеть методами анализа рынка с учетом природы торгово-экономических процессов | подготовка отчета по преддипломной практике с учетом природы торгово-экономических процессов | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности | | | |
| Знать средства и методы оценки экономической эффективности организационно-управленческих решений в маркетинге | проводит оценку экономической и финансовой эффективности маркетинговой деятельности в отчете | аргументированность использованных в отчете методов исследования | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь анализировать и оценивать экономическую и финансовую эффективность маркетинговой деятельности | применяет методы обработки маркетинговой информации при написании отчета | полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Владеть методами экономического и финансового анализа | проведение анализа данных, необходимых для оценки экономической и финансовой эффективности маркетинговых инноваций в отчете | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач | | | |
| Знать современные программные средства при решении маркетинговых задач | проводит информационную обработку данных о маркетинговой деятельности организации при написании отчета | аргументированность использованных в отчете информационных технологий и программных средств | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь формировать маркетинговую | применяет современные информационные технологии обработки | полнота проведенной обработки данных в отчете; | Индивидуальное задание |

| | | | |
|--|---|--|---------------------------------------|
| информационную систему с использованием информационных технологий и программных средств | маркетинговой информации при написании отчета | целенаправленность поиска и отбора информационных технологий; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | (задание 1-25) |
| Владеть информационными технологиями и программными средствами при решении маркетинговых задач | выбор программного продукта для решения задачи, поставленной при выполнении программы практики | грамотное использование программных продуктов на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | | | |
| Знать аналитические информационные технологии обеспечения маркетинговой деятельности | пользуется аналитическими информационными технологиями для решения практических и аналитических задач в отчете | аргументированность использованных в отчете аналитических информационных технологий | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Уметь моделировать бизнес-процессы маркетинговой деятельности на основе современных информационных технологий | моделирует бизнес-процессы маркетинговой деятельности предприятия при написании отчета | полнота проведенного моделирования в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | Индивидуальное задание (задание 1-25) |
| Владеть методами реализации аналитического обеспечения маркетинговой деятельности на основе современных информационных технологий | проведение анализа данных, необходимых для аналитического обеспечения маркетинговой деятельности предприятия в отчете | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию и оформлению | Индивидуальное задание (задание 1-25) |

Шкалы оценивания:

Контроль успеваемости осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично»)

67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо»)

50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Индивидуальное задание

1. Дайте характеристику организационной структуры предприятия, а также каждого из подразделений предприятия;
2. Опишите основные функции предприятия, перечень оказываемых основных и дополнительных услуг.
3. Дайте общую оценку финансово-экономического положения предприятия;
4. Оцените конкурентную позицию предприятия на рынке, дайте характеристику основных конкурентов;
5. Опишите состав и особенности контингента потребителей;
6. Охарактеризуйте комплекс цифрового маркетинга предприятия;
7. Рассмотрите формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров;
8. Рассмотрите организацию рекламной деятельности, используемые методы стимулирования продажи товаров; оцените использованные цифровые рекламные средства.
9. Охарактеризуйте предложения по совершенствованию работы подразделения, в котором проходила практика, и предприятия в целом.
10. Охарактеризовать основные показатели деятельности предприятия, проанализировать их динамику и структуру за 3 последних года;
11. В результате проведенного SWOT-анализа дать оценку сильных и слабых сторон предприятия, угроз и возможностей его развития.
12. Сформируйте организационную структуру управления предприятием, адекватную сложившимся рыночным условиям.
13. Дайте характеристику основных номенклатурных групп производимых или реализуемых товаров, изучите номенклатуру и объем услуг, оказываемых коммерческим предприятием;
14. Оцените состояния планирования цифровой маркетинговой деятельности и контроля;
15. Дайте предложения по совершенствованию организации и планирования цифрового маркетинга на предприятии;
16. Проанализируйте направления, методы проведения маркетинговых исследований;

17. Оцените использование результатов проведенных исследований для принятия управленческих решений;
18. Охарактеризуйте используемые на предприятии методы маркетингового анализа, пакеты цифровых программ;
19. Проведите анализ ценовой политики и используемых ценовых стратегий;
20. Охарактеризуйте цели и задачи рекламной деятельности;
21. Проведите анализ затрат на рекламную деятельность по объему, структуре, в динамике;
22. Проведите анализ мероприятий и затрат по стимулированию сбыта, связью с общественностью;
23. Дайте оценку эффективности деятельности по цифровому продвижению продукции на рынок и предложения по ее совершенствованию;
24. Проведите анализ бюджета цифрового маркетинга;
25. Оцените эффективность цифровой маркетинговой деятельности предприятия.

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «зачтено/отлично») - изложенный в отчете материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с поставленными целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала в отчете и на защите, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- 67-83 баллов (оценка «зачтено/хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы практики в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе практики;
- 50-66 баллов (оценка «зачтено/удовлетворительно») - наличие твердых знаний в объеме практики в соответствии с целями обучения, изложение содержания отчета с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-49 баллов (оценка «не зачтено/неудовлетворительно») – ответы на защите отчета не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, несоответствие содержания отчета по практике непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль по практике проводится в форме контроля на каждом этапе, указанном в таблице раздела 4 программы практики.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой. Аттестацию студентов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. Защита отчета проводится в форме индивидуального собеседования.