

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Начальник учебного методического управления

Дата подписания: 01.09.2025 21:57:12

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

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

**Рабочая программа практики**  
**Производственная практика (Преддипломная практика)**

Направление подготовки

38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы магистратуры

38.04.06.02 Маркетинг и коммуникации в цифровой экономике

Для набора 2025 года

Квалификация

Магистр

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

| Курс                                    | <b>3</b> |     | Итого |     |
|-----------------------------------------|----------|-----|-------|-----|
|                                         | УП       | РП  |       |     |
| Вид занятий                             |          |     |       |     |
| Лекции                                  | 2        | 2   | 2     | 2   |
| В том числе в форме<br>практ.подготовки | 540      | 540 | 540   | 540 |
| Итого ауд.                              | 2        | 2   | 2     | 2   |
| Контактная работа                       | 2        | 2   | 2     | 2   |
| Сам. работа                             | 538      | 538 | 538   | 538 |
| Итого                                   | 540      | 540 | 540   | 540 |

**Объем практики**

|                   |     |
|-------------------|-----|
| Количество недель | 10  |
| Количество часов  | 540 |
| Зачетных единиц   | 15  |

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

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

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Н.В. Пржедецкая

Методический совет направления: д.э.н., профессор Н.В. Пржедецкая

Директор института магистратуры: д.э.н., профессор Е.А. Иванова

**1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ОП: Б2.В

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ****ПК-1. Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга****ПК-2. Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации****ПК-3. Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"****В результате прохождения практики обучающийся должен:****Знать:**

основы научного исследования профессиональной деятельности; основные методы сбора информации в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности; средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.1);

методы оценки рисков маркетинговой деятельности в условиях глобализации; основные методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия) и эффективности её хозяйственной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.1);

основные методы исследования и прогнозирования тенденций изменения конъюнктуры рынка; основы научно-исследовательских работ в области маркетинга; основы проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

**Уметь:**

самостоятельно овладевать новыми методами исследования; использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять научное мировоззрение; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.2);

оценивать риски маркетинговой деятельности; разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.2);

анализировать и моделировать бизнес-технологии маркетинговой деятельности; обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ; проектировать информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

**Владеть:**

изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; использования информационных технологий; средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности; владеть инструментом анализа и оценки рисков маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.3);

методами контроля и оценки эффективности разработанной стратегии маркетинговой деятельности; владеть методами оценки результатов маркетинговой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.3);

методами обработки и представления результатов научно-исследовательских работ; методами реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

**3. ПРАКТИКА****Вид практики:**

Производственная

**Тип практики:**

Преддипломная практика

**Форма практики:**

Практика проводится в форме практической подготовки

**Форма отчетности по практике:**

Дневник о прохождении практики, дневник о прохождении практики

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ****Раздел 1. Подготовительный этап**

| №   | Наименование темы, краткое содержание                                                                                                       | Вид занятия / работы / форма ПА | Семестр / Курс | Количество часов | Компетенции          |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------|------------------|----------------------|
| 1.1 | Вводная лекция.<br>Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по прохождению практики, по составлению и оформлению дневника и | Лекционные занятия              | 3              | 2                | ПК-1<br>ПК-2<br>ПК-3 |

|                                      | отчета по практике.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |                |                  |                      |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------|------------------|----------------------|
| <b>Раздел 2. Основной этап</b>       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 |                |                  |                      |
| №                                    | Наименование темы, краткое содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Вид занятия / работы / форма ПА | Семестр / Курс | Количество часов | Компетенции          |
| 2.1                                  | Ознакомление с организацией работы на предприятии и в структурных подразделениях.<br>Работа с литературой и электронными ресурсами.<br>Сбор аналитических данных.<br>Анализ маркетинговой деятельности объекта преддипломной практики, анализ возможностей внедрения инноваций маркетинговой деятельности с использованием LibreOffice. | Самостоятельная работа          | 3              | 354              | ПК-1<br>ПК-2<br>ПК-3 |
| <b>Раздел 3. Заключительный этап</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                 |                |                  |                      |
| №                                    | Наименование темы, краткое содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Вид занятия / работы / форма ПА | Семестр / Курс | Количество часов | Компетенции          |
| 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.                                                                                                                                             | Самостоятельная работа          | 3              | 184              | ПК-1<br>ПК-2<br>ПК-3 |
| 3.2                                  | Подготовка к промежуточной аттестации                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Зачет                           | 3              | 0                | ПК-1<br>ПК-2<br>ПК-3 |

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе практики.

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

#### 6.1. Учебные, научные и методические издания

|   | Авторы, составители                                                                                                                                                           | Заглавие                                                                                                           | Издательство, год                                                                  | Библиотека / Количество                    |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1 | Данченко Л. А.,<br>Иванова А. Г.,<br>Ласковец С. В.,<br>Невоструев П. Ю.                                                                                                      | Маркетинг: учебно-практическое пособие:<br>учебное пособие                                                         | Москва: Евразийский<br>открытый институт, 2008                                     | ЭБС «Университетская<br>библиотека онлайн» |
| 2 | Казанцев П. И.                                                                                                                                                                | Отдел маркетинга торговой сети – роль и<br>задачи: монография                                                      | Москва: Лаборатория<br>книги, 2012                                                 | ЭБС «Университетская<br>библиотека онлайн» |
| 3 | Тузова А. А.                                                                                                                                                                  | Организация службы маркетинга на<br>предприятии: учебное пособие                                                   | Москва: Интернет-<br>Университет<br>Информационных<br>Технологий (ИНТУИТ),<br>2011 | ЭБС «Университетская<br>библиотека онлайн» |
| 4 | Жук Е. С., Кетова Н.<br>П.                                                                                                                                                    | Стратегический маркетинг: учебник                                                                                  | Ростов-на-Дону: Южный<br>федеральный<br>университет, 2011                          | ЭБС «Университетская<br>библиотека онлайн» |
| 5 | Помаз, И. В.,<br>Шингирей, С. А.,<br>Харкевич, А. М.,<br>Михарева, В. А.                                                                                                      | Прикладной маркетинг: учебное пособие                                                                              | Минск: Вышэйшая<br>школа, 2007                                                     | ЭБС «IPR SMART»                            |
| 6 | Эриашвили, Н. Д.,<br>Коротков, А. В.,<br>Синяева, И. М.,<br>Болдырева, Т. В.,<br>Замедлина, Е. А.,<br>Маслова, В. М.,<br>Соскин, Я. Г.,<br>Коротков, А. В.,<br>Синяева, И. М. | Управление маркетингом: учебное пособие для<br>студентов вузов, обучающихся по<br>специальности 061500 «маркетинг» | Москва: ЮНИТИ-<br>ДАНА, 2017                                                       | ЭБС «IPR SMART»                            |
| 7 | Захарова, Ю. А.                                                                                                                                                               | Торговый маркетинг: эффективная организация<br>продаж: практическое пособие                                        | Москва: Дашков и К, Ай<br>Пи Эр Медиа, 2020                                        | ЭБС «IPR SMART»                            |

|   | Авторы,<br>составители | Заглавие                                           | Издательство, год                                                 | Библиотека /<br>Количество              |
|---|------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 8 |                        | Региональная экономика : теория и практика: журнал | Москва: Финансы и кредит, 2023                                    | ЭБС «Университетская библиотека онлайн» |
| 9 |                        | Российский экономический журнал: журнал            | Москва: Московский финансово-юридический университет (МФЮА), 2023 | ЭБС «Университетская библиотека онлайн» |

### 6.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

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

База данных ФОМ <https://bd.fom.ru>

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://bd.wciom.ru/>

### 6.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

### 6.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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 ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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 (210х297 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 с типом. 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 следующие задания по преддипломной практике:

- 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 маркетинга на предприятии;
- 5) исследует информационное обеспечение маркетинговой деятельности;
- 6) оценивает эффективность маркетинговых стратегий и мероприятий и результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Отчет должен содержать следующие пункты:

- титульный лист;

•содержание;

•разделы:

- 1 Организация и предмет маркетинговой деятельности коммерческого предприятия
- 2 Маркетинговые исследования и МИС (маркетинговая информационная система) предприятия
- 3 Разработка и реализация товарной политики предприятия
- 4 Анализ и планирование закупок и политики распределения предприятия
- 5 Анализ и планирование политики ценообразования предприятия
- 6 Анализ и планирование политики продвижения предприятия
- 7 Анализ и планирование расходов на маркетинг коммерческого предприятия
- 8 Анализ стратегического маркетингового планирования: маркетинговая стратегия и маркетинговый план предприятия
- 9 Анализ использования маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятия

•список использованной литературы;

•приложения (при необходимости).

Количество разделов, приведённое выше в конкретном отчёте 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 магистрантов по итогам практики проводит руководитель практики от РГЭУ (РИНХ) на основании оформленного отчета. 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                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга                                                                                                                                                                                    |                                                                                               |                                                                                                                                                                               |                                       |
| Знать основы научного исследования профессиональной деятельности; основные методы сбора информации в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности; средства и методы оценки экономической эффективности профессиональной деятельности                                    | проведение исследования профессиональной деятельности при написании отчета и ответе на вопрос | полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете методов исследования                                                                           | Индивидуальное задание (задание 1-32) |
| Уметь самостоятельно овладевать новыми методами исследования; использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять научное мировоззрение; самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности | применяет различные методы исследования 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 1-32) |
| Владеть изменения научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности; использования информационных технологий; средствами и методами оценки эффективности профессиональной деятельности; владеть инструментом анализа и оценки рисков маркетинговой деятельности                 | проведение анализа научно-производственного профиля профессиональной деятельности в отчете    | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию                | Индивидуальное задание (задание 1-32) |
| ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации                                                                                                                                                                                 |                                                                                               |                                                                                                                                                                               |                                       |
| Знать методы оценки рисков маркетинговой деятельности в условиях глобализации;                                                                                                                                                                                                                          | собирает данные с помощью информационных                                                      | полнота и содержательность                                                                                                                                                    | Индивидуальное задание                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                          |                                                                                                                                                                               |                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| основные методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия) и эффективности её хозяйственной деятельности                                                                                                                                                   | технологий при написании отчета                                                                          | ответа, аргументированность использованных в отчете данных                                                                                                                    | (задание 1-32)                        |
| Уметь оценивать риски маркетинговой деятельности;разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности                                                                                                                                                                     | расширяет научное мировоззрение с помощью информационных технологий                                      | полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного материала в соответствии с индивидуальным заданием | Индивидуальное задание (задание 1-32) |
| Владеть методами контроля и оценки эффективности разработанной стратегии маркетинговой деятельности; владеть методами оценки результатов маркетинговой деятельности                                                                                                     | проведение анализа маркетинговой информации с помощью информационных технологий                          | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета требованиям по содержанию                | Индивидуальное задание (задание 1-32) |
| ПК-3: Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"                                        |                                                                                                          |                                                                                                                                                                               |                                       |
| Знать основные методы исследования и прогнозирования тенденций изменения конъюнктуры рынка; основы научно-исследовательских работ в области маркетинга; основы проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности | проводит оценку экономической эффективности профессиональной деятельности в отчете                       | полнота и содержательность ответа, аргументированность использованных в отчете данных                                                                                         | Индивидуальное задание (задание 1-32) |
| Уметь анализировать и моделировать бизнес-технологии маркетинговой деятельности; обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ; проектировать информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности         | применяет методы обработки маркетинговой информации в сфере маркетинговых инноваций 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 1-32) |
| Владеть методами обработки и представления результатов научно-исследовательских работ; методами реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности                                                                                 | проведение анализа данных, необходимых для оценки экономической эффективности инноваций в отчете         | грамотное использование теоретических знаний на практике, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций, соответствие отчета                                          | Индивидуальное задание (задание 1-32) |

|  |  |                           |  |
|--|--|---------------------------|--|
|  |  | требованиям по содержанию |  |
|--|--|---------------------------|--|

## 1.2. Шкалы оценивания:

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

50-100 баллов (зачтено)

0-49 баллов (не зачтено)

## **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 ценовую, ассортиментную, маркетинговую политику предприятия торговли;
7. Охарактеризуйте устройство и планировку торгового предприятия, его техническую оснащенность, рассчитайте эффективность использования торговой площади.
8. Проанализируйте торгово-технологический процесс на предприятии и оцените его эффективность;
9. Рассмотрите формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров;
10. Дайте характеристику организации закупочной деятельности в торговом предприятии;
11. Изучите источники поступления товаров, подготовку к заключению договоров и контрактов купли-продажи. Рекомендуется проанализировать содержание договора и спецификацию к нему, данные об объемах закупки и фактическое поступление товаров по отдельным поставщикам и по ассортименту за 2 года. Изучить оперативный учет выполнения поставок товаров, порядок и сроки предъявления претензий и исков по поставкам;
12. Рассмотрите организацию доставки товаров в торговое предприятие, составление и согласование графиков завоза товаров, контроль за их

- выполнением, частоту завоза товаров, договоры по перевозке грузов, взаимоотношения с транспортными организациями;
13. Опишите порядок приемки товаров в торговом предприятии по количеству и качеству; действия предприятия при поступлении дефектных товаров;
  14. Ознакомьтесь с правилами хранения товаров и сроками реализации (для продовольственных товаров) и порядком обмена и возврата товаров, купленных в магазине;
  15. Рассмотрите организацию рекламной деятельности в торговом предприятии, используемые методы стимулирования продажи товаров; оцените использованные рекламные средства и способы рекламно-информационного оформления торгового зала.
  16. Охарактеризуйте предложения по совершенствованию работы подразделения, в котором проходила практика, и предприятия в целом.
  17. Охарактеризовать основные показатели деятельности предприятия, проанализировать их динамику и структуру за 3 последних года;
  18. В результате проведенного SWOT-анализа дать оценку сильных и слабых сторон предприятия, угроз и возможностей его развития.
  19. Сформировать организационную структуру управления предприятием, адекватную сложившимся рыночным условиям.
  20. Дать характеристику основных номенклатурных групп производимых или реализуемых товаров, изучить номенклатуру и объем услуг, оказываемых коммерческим предприятием;
  21. Оценить состояния планирования маркетинговой деятельности и контроля;
  22. Дать предложения по совершенствованию организации и планирования маркетинга на предприятии;
  23. Проанализировать направления, методы проведения маркетинговых исследований;
  24. Оценить использование результатов проведенных исследований для принятия управленческих решений;
  25. Охарактеризовать используемые на предприятии методы маркетингового анализа, пакеты программ;
  26. Провести анализ ценовой политики и используемых ценовых стратегий;
  27. Охарактеризовать цели и задачи рекламной деятельности;
  28. Анализ затрат на рекламную деятельность по объему, структуре, в динамике;
  29. Провести анализ мероприятий и затрат по стимулированию сбыта, связью с общественностью;
  30. Дать оценку эффективности деятельности по продвижению продукции на рынок и предложения по ее совершенствованию;
  31. Провести анализ бюджета маркетинга;
  32. Оценить эффективность маркетинговой деятельности предприятия.

**Критерии оценивания:**

- 50-100 баллов (зачтено) выставляется магистранту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; своевременно предоставил отчет о прохождении практики, а также дневник и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета по практике точно соответствует требуемой структуре отчета, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; в процессе собеседования демонстрирует отличные знания и умения, предусмотренные программой производственной практики, аргументировано и в логической последовательности излагает материал, аргументированно отвечает на поставленные вопросы
- 0-49 баллов (не зачтено) выставляется магистранту, который не выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; содержание разделов отчета по практике не соответствует требуемой структуре, нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; не владеет знаниями и умениями, предусмотренными программой практики, с большими затруднениями формулирует ответы на поставленные 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.

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