

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Чикатуева Любовь Анатольевна
Должность: Вице-президент
Дата подписания: 30.07.2025 16:08:39
Уникальный программный ключ:
b5e0b395ea5dbf46f7da8c0311036f2c024edc8e

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
в г. Черкесске Карачаево-Черкесской Республики

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
Л.А. Чикатуева
«20» мая 2025 г.

Рабочая программа практики
Производственная практика (преддипломная практика)

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы бакалавриата
38.03.06.09 Маркетинговое управление бизнес-процессами

Для набора 2025 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА **Общеобразовательные и специальные дисциплины****Распределение часов практики по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	216	216	216	216
Итого ауд.	2	2	2	2
Контактная работа	2	2	2	2
Сам. работа	214	214	214	214
Итого	216	216	216	216

Объем практики

Количество недель	4
Количество часов	216
Зачетных единиц	6

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 15.04.2025 г. протокол № 11.

Рабочая программа составлена на основе рабочей программы указанной практики, утвержденной в ФГБОУ ВО РГЭУ (РИНХ) с учетом условий реализации программы бакалавриата, действующих в филиале федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» в г. Черкесске Карачаево-Черкесской Республики

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

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Н.В. Третьякова

1. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП: Б2.В

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**ПК-1. Способен анализировать маркетинговую среду и бизнес-процессы с использованием офлайн и онлайн методов маркетинговых исследований****ПК-2. Способен организовывать и управлять маркетинговыми программами и бизнес-процессами с использованием инструментов комплекса маркетинга****ПК-3. Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельности организации****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

Тип практики:**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. Цели, задачи, основные этапы и методические рекомендации по прохождению практики, по составлению и оформлению дневника и отчета по практике.	Лекционные занятия	8	2	ПК-1 ПК-2 ПК-3

Раздел 2. Основной этап

№	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. Работа с литературой и электронными ресурсами. Сбор аналитических данных. Анализ маркетинговой деятельности объекта преддипломной практики, анализ возможностей внедрения инноваций маркетинговой деятельности с использованием LibreOffice.	Самостоятельная работа	8	192	ПК-1 ПК-2 ПК-3
Раздел 3. Заключительный этап					
№	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	8	22	ПК-1 ПК-2 ПК-3
3.2	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	8	0	ПК-1 ПК-2 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., Иванова А. Г., Ласковец С. В., Невоструев П. Ю.	Маркетинг: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2008	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Казанцев П. И.	Отдел маркетинга торговой сети – роль и задачи: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Тузова А. А.	Организация службы маркетинга на предприятии: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2011	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Жук Е. С., Кетова Н. П.	Стратегический маркетинг: учебник	Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5		Региональная экономика : теория и практика: журнал	Москва: Финансы и кредит, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6		Российский экономический журнал: журнал	Москва: Московский финансово-юридический университет (МФЮА), 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
7	Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023	ЭБС «Znanium»
8	Карпова С.В., Тюрин Д. В.	Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023	ЭБС «Znanium»
9	Забродская Н.Г.	Менеджмент и маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025	ЭБС «Znanium»
10	Басовский Л.Е., Басовская Е.Н.	Маркетинг: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025	ЭБС «Znanium»

6.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»
ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.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 Times New Roman, 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 Times New Roman. 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 закупок и политики распределения предприятия
- 5 Анализ политики ценообразования предприятия
- 6 Анализ политики продвижения предприятия
- 7 Анализ и расходов на маркетинг предприятия
- 8 Анализ стратегического маркетингового планирования: маркетинговая стратегия и маркетинговый план предприятия

9 Анализ маркетинговой и конкурентной среды предприятия**10. Анализ клиентской политики 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 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 профессиональн ых 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 основе	решение маркетинговых задач предприятия с	Правильность решения маркетинговых задач в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации;	Индивидуальное задание (задание 1-25)

деловой коммуникации	помощью деловой 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,	полнота проведенного анализа данных в отчете; целенаправленность поиска и отбора информации; полнота и качество собранного	Индивидуальное задание (задание 1-25)

	формулирует выводов в 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 маркетинга предприятия;
7. Рассмотрите формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров;
8. Рассмотрите организацию рекламной деятельности, используемые методы стимулирования продажи товаров; оцените использованные 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 маркетинговой деятельности и контроля;
15. Дайте предложения по совершенствованию организации и планирования 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 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 продвижению продукции на рынок и предложения по ее совершенствованию;
24. Проведите анализ бюджета маркетинга;
25. Оцените эффективность 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.