

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Чикатуева Любовь Анатольевна

Должность: Вице-президент

Дата подписания: 30.07.2025 16:02:01

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  
«15» апреля 2025 г.

**Рабочая программа практики  
Производственная практика (торгово-технологическая практика)**

Направление подготовки  
38.03.06 Торговое дело

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

Для набора 2022 года

Квалификация  
Бакалавр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	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**

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., зав.кафедрой ОиСД, Третьякова Н.В.; к.э.н., доцент, 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

**УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах**

**УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности**

**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 деятельность 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	6	4	УК-9 УК-10 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	6	190	УК-9 УК-10 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 кафедре.	Самостоятельная работа	6	22	УК-9 УК-10 ПК-1 ПК-2 ПК-3
3.2	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	6	0	УК-9 УК-10 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»

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
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 (210x297 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 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 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)
<b>УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b>			
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)
<b>ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов</b>			
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)
<b>ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</b>			
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)
<b>ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</b>			
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)
<b>ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b>			
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.