

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)
Липецкий филиал

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные дисциплины»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Липецкого филиала
Финансового университета


Н.Н. Нестерова
«25» мая 2021 г.

Т.В. Корякина

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
(ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлениям подготовки:
38.03.02 - Менеджмент, ОП "Маркетинг", профиль Маркетинг

*Рекомендовано Ученым советом Липецкого филиала Финансового университета,
протокол № 35 от 25 мая 2021 года*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и общегуманитарные дисциплины»
протокол №10 от 18 мая 2021 года*

Липецк 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид (тип) практики, формы и способы ее проведения	5
2.	Цели и задачи практики	8
3.	Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП ВО	9
4.	Место практики в структуре ОП ВО.....	12
5.	Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность	12
6.	Содержание практики.....	14
7.	Формы отчетности по практике.....	18
8.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся	21
9.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики	24
10.	Информационные технологии, используемые при проведении практики, Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
11.	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	26
	Приложения.....	27

1. Вид (тип) практики, формы и способы ее проведения

Вид: производственная практика.

Тип: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

Преддипломная практика.

Практика проводится в следующих формах:

- непрерывно – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практики, предусмотренных ОП ВО;
- дискретно – по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

Способы проведения практики: стационарная и выездная.

Стационарная практика проводится в организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположен Финансовый университет (филиал), а также в структурных подразделениях Финансового университета (филиала).

Выездная практика проводится в организации, расположенной вне населенного пункта, в котором расположен Финансовый университет (филиал).

Производственная практика может проводиться в государственных, муниципальных, коммерческих и не коммерческих организациях, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям в рамках образовательной программы. В их числе органы государственной власти различных уровней, общественные, некоммерческие организации, средства массовой информации. Студенты могут проходить практику в научно-исследовательских учреждениях по профилю обучения в качестве исполнителя или стажера по профессиональной тематике, близкой к теме выпускной квалификационной работы (ВКР).

Практика проводится в организациях, с которыми Финансовый университетом заключил соглашения (договоры), предусматривающие предоставление мест для прохождения практики университета. Допускается прохождение практики по месту работы студента, если профиль деятельности, осуществляемый обучающимся, соответствует требованиям к содержанию практики. Практика может быть проведена в структурных подразделениях Финансового университета.

Практика обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проходит с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

К прохождению производственной практики допускаются студенты, успешно сдавшие зачеты и экзамены, предусмотренные учебным планом.

Порядок организации прохождения практики студентами Финуниверситета и контроль за соблюдением установленных правил обеспечивает группа по координации практики Управления планирования и развития карьеры Финуниверситета (Ленинградский пр-т, д. 49, 1 эт., комн. 150, тел. 8 (499) 943-95-14, E-mail: <http://career.fa.ru/kontakty>).

Обучающиеся имеют право выбрать базу прохождения практики из числа организаций, предложенных Финансовым университетом или самостоятельно осуществлять поиск базы практики; при совмещении обучения с работой проходить практику по месту трудовой деятельности, если она соответствует содержанию практики; получать консультации по вопросам прохождения практики от руководителей практики от Департамента и от организации.

Для выбора базы практики из числа предлагаемых организаций студент обязан не позднее, чем за 2 месяца до начала практики подать на кафедру письменное заявление о предоставлении ему места для прохождения практики по установленной форме.

Студенты, не имеющие возможности самостоятельно выбрать место прохождения практики, должны не позже, чем за 2 месяца до начала практики представить лицу, ответственному за практику от кафедры заявление для последующего направления данного заявления в Управление планирования и развития карьеры Финуниверситета.

Студенты, имеющие право на прохождение производственной практики в структурном подразделении Финуниверситета должны представить лицу ответственному за практику от кафедры заявление.

Студенты могут самостоятельно осуществлять поиск места практики или проходить практику по месту работы (работающие студенты). В этом случае не позднее, чем за 2 месяца до начала практики студент должен представить на имя зав. Кафедрой «Логистики и маркетинга» подтверждение (письмо организации) с указанием сроков проведения практики и предоставления студенту материалов для выполнения программы практики¹. В случае, если студент самостоятельно нашел место прохождения практики он должен обеспечить заключение с организацией, являющейся местом проведения практики договор.

Распределение обучающихся по местам практики должно произойти не позднее чем за 20 рабочих дней до начала практики. Проект приказа о направлении обучающихся на прохождении практики департамент менеджмента предоставляет не позднее чем за 10 рабочих дней до начала практики.

¹ Типовые формы документов разрабатываются Управлением планирования и развития карьеры.

Ответственность за организацию и проведение производственной практики и учебно-методическое руководство осуществляет Факультет логистики, кафедра «Маркетинга и логистики» Финансового университета.

Для руководства практикой назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу кафедры ФУ. Как правило руководителем практики назначается научный руководитель ВКР студента, обучающегося на профиле «Маркетинг».

На месте прохождения практики в организации назначается руководитель (куратор) практики из числа работников.

Руководитель практики от кафедры проводит консультации обучающихся по вопросам выбора базы практики; обеспечивает подготовку выполняемого в период практики индивидуального задания; взаимодействует с руководителями практик от организаций, в т.ч. по составлению рабочего графика проведения практики; контролирует соблюдение сроков проведения практики и ее содержание; оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении индивидуального задания и сборе материалов ВКР; консультирует обучающихся по выполнению программы практики и оформлению ее результатов; контролирует выполнение графика (плана) проведения практики, проверяет отчеты и выставляет оценку результатов прохождения практики.

Руководитель практики от организации составляет совместно с руководителем практики от ФУ рабочий график (план) проведения практики; согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики; предоставляет рабочие места обучающимся; проводит инструктаж по охране труда, технике безопасности, а также правилам внутреннего распорядка; составляет отзыв и подписывает дневник, отчет обучающегося по результатам прохождения практики.

Обучающийся обязан пройти практику в сроки, установленные приказом Финансового университета; выполнить программу практики и индивидуальное задание; ежедневно отмечать выполнение работ в дневнике практики; соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности, правила внутреннего трудового распорядка. По завершению практики обучающийся обязан предоставить в установленные сроки в департамент менеджмента комплект документов по итогам прохождения практики: отчет о практике, дневник практики с подписями руководителей практики от кафедры и организации и печатью, отзыв руководителя практики от организации с подписью и печатью организации, рабочий график (план проведения практики, индивидуальное задание. Студент в установленные сроки обязан явиться на защиту отчета по практике.

Направление на практику оформляется приказом Финансового университета с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией или Финансовым университетом, вида и срока прохождения практики.

2. Цели и задачи практики

Цель производственной практики – систематизация, обобщение, и закрепление и углубление теоретических знаний и умений, полученных в области маркетинга; приобретение новых навыков в сфере организации маркетинга и процессов управления, необходимых для формирования востребованного работодателем бакалавра маркетолога по направлению «Менеджмент».

Производственная практика, являясь важной составной частью учебного процесса, нацелена на решение следующих задач:

- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе изучения специальных дисциплин, отражающих различные стороны маркетинговой деятельности организации-базы практики;
- ознакомление, изучение и практическое освоение основных направлений маркетинговых процессов в организации;
- овладение профессиональными навыками работы и решения практических задач в коллективе.
- получение практических навыков применения методов сбора и обработки информации о социально-экономических явлениях и процессах для выявления резервов управления маркетингом в организациях в отраслях и сферах деятельности;
- изучение на практике организационного построения системы управления маркетингом, ее основных составляющих и их роли в достижении стратегических и тактических целей;
- изучение на практике современных проблем и методов создания и обеспечения эффективного и конкурентоспособного развития компании.
- изучение методов формирования и реализации маркетинговой политики компании в области товаров (брендов), цен, системы распределения и продвижения;
- знакомство с используемыми методами подготовки, обоснования маркетинговых решений и организации контроля за их выполнением;
- сбор, обобщение и анализ материалов по теме ВКР и включение их в основные разделы выпускной работы;

- подготовка письменного отчета о прохождении практики на бумажном и электронном носителе, защита его в установленном порядке. Данная программа предназначена для студентов бакалавриата и руководителей практики от Финансового университета и базы практики (от организаций). В ней определены объем, содержание и методика проведения преддипломной практики в соответствии с учебными планами.

3. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП ВО

Прохождение практики также нацелено на систематизацию, обобщение и углубление теоретических знаний, формирование практических умений, универсальных и общекультурных компетенций, а также профессиональных компетенций на основе изучения работы организаций различных организационно-правовых форм, проверку готовности обучающихся к самостоятельной трудовой деятельности, а также сбор материалов для ВКР бакалавра.

В ходе прохождения практики студент:

- совершенствует и развивает свой интеллектуальный и общекультурный уровень;
- осваивает методологию и методы исследования, необходимые для формирования теоретических и практических навыков профессиональной деятельности;
- приобретает, в том числе с помощью информационных технологий, и использует в практической деятельности новые знания и умения, включая области смежных знаний;
- формирует навыки организационно-управленческой деятельности, коммуникации и ответственности за свои действия;
- использует знание иностранных языков, как средства общения и решения профессиональных задач;
- развивает навыки публичной и научной речи.

Результаты прохождения производственной практики студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», в части полученных знаний умений и навыков определяются в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в ходе производственной, в т.ч. преддипломной, практики для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-8	Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1.Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.	Знание принципов стратегического маркетинга, основные методы стратегического маркетинга; этапы разработки маркетинговой стратегии. Умение формировать и применять в практической деятельности комплекс маркетинга и инструменты его реализации.
		2.Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	Знание методов принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации Умение разработать план маркетинга и определить степень реализации намеченных в нем мероприятий; разработать базовую организационную структуру маркетингового подразделения; оценивать альтернативные схемы управления для позиционирования различных видов маркетинговой деятельности; аргументировано обосновывать необходимость использования маркетинговых стратегий в организации.

		3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	Знание основ и принципов стратегического анализа макро- и микросреды организации. Умение осуществить анализ рыночных параметров деятельности компании; разрабатывать стратегии маркетинга; применять полученные знания на практике, участвуя в процессах постановки рыночных целей, подготовки стратегических решений, контроля результативности и эффективности рыночной стратегии компании.
ПКП-1	Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	1. Применяет современные методики управления маркетингом.	Знание теоретических основ управления маркетинговой деятельностью организации Умение разрабатывать комплекс маркетинга, стратегии сегментирования и позиционирования рынка, организовывать и проводить маркетинговые исследования, а также имеет навыки аудита и контроля маркетинга.
		2. Использует современные техники и методы продаж.	Знание современных техник и методов продаж Умение применять на практике технологии продаж в управлении маркетинговой деятельностью организации.
		3. Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.	Знание инновационных маркетинговых технологий Умение применять инновационные подходы для решения возникающих проблем.

ПКП-2	«Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений»	1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований.	Знание лучших практик при планировании и проведении маркетинговых исследований Умение осуществлять поиск и анализ информации о хозяйственной деятельности организации, диагностировать цели и намерения конкурентов.
		2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.	Знание технологий прогнозирования маркетинговой деятельности организации, анализа маркетинговой информации о конкурентах. Умение финансово-экономически обосновывать маркетинговые бизнес-процессы.

4. Место практики в структуре ОП ВО

Производственная практика обучающихся по образовательной программе подготовки бакалавров является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению 38.03.02 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Производственная практика – вид учебной работы, направленный на расширение и закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков по программе обучения, подготовку к будущей профессиональной деятельности.

Производственная практика является этапом обучения студентов по программе подготовки бакалавров и проводится после освоения студентами программы теоретических дисциплин по выбранному направлению.

К прохождению производственной практики допускаются студенты бакалавриата, успешно сдавшие все испытания (зачеты и экзамены), предусмотренные учебным планом подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

По результатам й практики и выполненным индивидуальным заданиям студент бакалавриата выполняет ВКР, и публично защищает ее.

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единицы (часа).

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Вид учебной работы по дисциплине представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Виды учебной работы при прохождении практики

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	9/324
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	4
<i>Самостоятельная работа</i>	320
Вид промежуточной аттестации	зачет с оценкой

Конкретные сроки прохождения практики устанавливаются Приказом по Финуниверситету в соответствии с учебным планом.

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой, проводимый в форме защиты отчета по производственной практике (Приложение 5). Оценка приравнивается к оценкам по дисциплинам и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студента.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику повторно.

В период прохождения практики на студентов распространяется действие Трудового кодекса Российской Федерации и правил внутреннего распорядка, действующих в организации.

Таблица 3 – Этапы практики

Виды деятельности	Вид работы	Количество часов
Организационно – управленческая деятельность	Вводный инструктаж по практике	2 часа
	Получение индивидуального задания по практике	2 часа
	Инструктаж по месту прохождения практики	4 часа
Информационно-аналитическая деятельность	Практический этап практики	218 часов
	Научно-исследовательский этап	60 часов
Предпринимательская деятельность	Подготовка отчета по практике	36 часов
	Защита отчета	2 часа
Итого		9 з.ед.\324часа (8 недель)

6. Содержание и формы производственной практики

В целях наиболее полного овладения студентами практических навыков и формирования профессиональных компетенций маркетолога, в соответствии со специализацией подготовки, производственная практика организуется в организациях, на предприятиях, в фирмах и компаниях, использующих в процессе управленческой деятельности принципы маркетингового управления.

Также студенты могут проходить практику в научно-исследовательских учреждениях, органах государственной власти и управления, саморегулируемых организациях арбитражных управляющих и других организациях.

Вводный инструктаж по практике

В ходе проведения вводного инструктажа по производственной практике студенту разъясняются цели и задачи практики, разъясняются права и обязанности студента, излагаются требования к отчетным документам по практике.

Как правило вводный инструктаж проводится в форме общего собрания студентов, которое проводит лицо, назначенное Департаментом менеджмента в качестве ответственного за проведение практики.

Получение индивидуального задания по практике

Программа практики предполагает выполнение студентом индивидуального задания, согласованного с руководителем практики от Департамента. Руководителем производственной практики является назначенный в установленном порядке руководитель выпускной квалификационной работы студента.

Производственная практика тесно связана с результатами теоретической и практической подготовки бакалавров. Во время производственной практики студенты анализируют:

- общие условия деятельности организации-базы практики (или отрасли, в которой эта организация функционирует);
- организационную структуру управления хозяйствующего субъекта;
- содержание деятельности того структурного подразделения, где непосредственно проходил практику студент (условия работы, численность сотрудников, должностные инструкции, иерархию подчиненности, график работы).

Индивидуальное задания студентов могут включать:

Задание 1. Изучить общие сведения об организации:

- состояние и перспективы развития производственно хозяйственной и финансовой деятельности;

- сферу деятельности (производственная, торговая, посредническая информационная, научно-исследовательская, проектная, банковская и т.п.);

- специфику и специализацию деятельности, назначение товаров (услуг, работ);

- основные технико-экономические показатели работы организации за 1-2 года: объем производства и реализации продукции (работ, услуг) в стоимостном и натуральном выражении; объем продаж; показатели себестоимости (затрат) на производство и реализацию продукции; финансовые результаты его деятельности (доход, прибыль, рентабельность); качественный состав работников по образованию, профессиям, стажу работы; показатели производительности труда; фонд потребления и его структуру; показатели качества продукции и ее конкурентоспособности; показатели технического и организационного уровня производства. Изучить производственную и организационную структуру организации, составив соответствующие схемы.

Для выполнения «Задания 1» используется годовая отчетность организации о производственно-хозяйственной и финансовой деятельности, бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и другие плановые и отчетные формы и документы. Задание 2. Исследовать состояние маркетинговой деятельности организации, особое внимание, обратив на следующие составляющие:

- макро- и микросреда организации; - конкурентная среда организации;

- состояние и динамика целевого рынка;

- ассортиментное предложение товаров и/или услуг со стороны организации, тенденции сбыта в различных сегментах рынка;

- ценовая политика организации, эластичность спроса по ценам и доходу, особенности динамики цены и тенденции ценовых изменений;

- организация каналов распределения продукции, деятельность службы сбыта, систем товародвижения, оптовых и розничных структур;

- стимулирование продаж: реклама, персональные продажи, PR программы, стимулирование закупок и продавцов продукции.

Задание 3. Оценить уровень организации маркетинга:

- организационную структуру маркетингового подразделения (департамента, отдела, бюро);

- возрастной и квалификационный состав работников маркетинговой службы;

- состав и содержание реально выполняемых функций маркетинга в системе управления; - место маркетингового подразделения.

Более подробно студент должен изучить содержание деятельности и функциональные обязанности той должности, в которой он проходит практику.

Задание 4. Изучить деятельности коммерческой организации по следующей схеме:

1. Организационно-экономическая характеристика: а) организационно-правовая форма; б) виды деятельности; в) общая схема структурного построения и управления деятельностью; г) характеристика кадрового состава организации, формы оплаты труда, стимулирование персонала, стаж работы и соответствие уровня и направления образования профилю работы; д) структура, функции, задачи и взаимоотношения основных маркетинговых служб с другими подразделениями; е) основные экономические показатели деятельности организации; ж) структура доходов и прибыли от различных направлений деятельности (рекламные услуги, другие виды маркетинговых коммуникаций, маркетинговые исследования, консультирование и т.д.).

2. Характеристика маркетинговой среды: а) элементы макросреды; б) элементы микросреды (наиболее подробно рассмотреть конкурентов, их сильные и слабые стороны, а также целевые рынки и их характеристики).

3. Комплекс маркетинга, его оценка: а) наличие маркетинговой политики и стратегии организации; б) товар, наличие товарной политики, предоставляемые услуги стадии жизненного цикла основных видов услуг, маркетинговая оценка ассортимента товаров (услуг); в) цена, наличие ценовой политики, методики установления цен на услуги, оценка работы организации в области ценообразования; г) распространение, наличие политики распределения и продвижения, каналы, формы и методы распределения, наличие и организация работы службы рекламных агентов, оценка рациональности имеющейся системы распространения; д) продвижение, наличие политики и стратегий продвижения услуг организации, комплекс маркетинговых коммуникаций организации, его характеристика, оценка степени адекватности комплекса коммуникаций маркетинговым целям организации.

4. Планирование в работе организации: а) система планов и методика их разработки при организации работы организации; б) планирование в процессе осуществления услуг рекламодателям.

5. Производство рекламного продукта: а) перечень видов рекламных продуктов в разрезе услуг, предоставляемых организацией; б) маркетинг и маркетинговые исследования при создании рекламного продукта; в) производственная служба, материально-техническая база организации; г) основные применяемые материалы и технологии, виды работ, привлекаемые подрядчики.

6. Работа организации с клиентами и СМИ: а) служба работы с рекламодателями, организация прохождения заказа; б) юридическое оформление взаимоотношений с клиентами; в) организация расчетов с рекламодателями за оказание услуг; г) организация взаимоотношений организации со СМИ при распространении рекламных обращений.

7. Контроль и анализ в деятельности организации: а) виды и направления контроля; б) показатели контроля; в) процедура контроля; г) анализ результатов деятельности организации, принятая система анализа.

8. Предложения по совершенствованию деятельности организации: а) трудности и проблемы в работе организации; б) перспективы и возможности их использования; в) предложения по совершенствованию деятельности агентства. По итогам прохождения производственной практики студенту предлагается выполнить задание 5.

Задание 5. Разработать аналитическое резюме:

- проанализировать и обобщить результаты изучения деятельности организации; -
- выявить и предложить основные направления устранения имеющихся недостатков;
- дать предложения по совершенствованию действующей или созданию новой системы управления маркетинговыми операциями.

Руководителем практики от университета могут быть внесены изменения и дополнения в задания в зависимости от особенностей организации – базы практики.

Инструктаж на месте прохождения практики

Инструктаж на месте прохождения производственной, в т.ч. преддипломной практики проводится руководителем (куратором) практики от организации и включает в себя ознакомление студента с основными принципами работы организации, правилами внутреннего трудового распорядка организации, дисциплиной и т.д.

Практический этап практики

В ходе практического этапа производственной практики студент должен:

- выяснить цели и задачи организации – базы практики, ознакомиться с законодательными, нормативными и инструктивными документами, регулирующими деятельность, в т.ч. с уставом и учредительными документами организации – базы практики;
- изучить организационную структуру, систему управления, основные функции управленческих прежде всего маркетинговых подразделений, профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень кадров базы практики;
- изучить прежде всего маркетинговую, а также производственно-хозяйственную, инвестиционную деятельность, положение организации – базы практики на рынке;
- проанализировать основные направления и масштаб деятельности, эффективность деятельности в целом и отдельных структурных подразделений в частности.

Научно-исследовательский этап

На научно-исследовательском этапе студент выполняет индивидуальное задание.

Исходные материалы должны быть проанализированы в динамике за несколько отчетных периодов (желательно не менее 3 лет), что позволит изучить развитие исследуемых явлений, выявить закономерности и тенденции изменений, дать объективную оценку явлений.

Студенты осуществляют сбор и аналитическую обработку материалов для своей выпускной квалификационной работы. Собранные и сформированные в ходе прохождения практики материалы, одновременно с выполнением обязанностей студента в финансовой организации, на предприятии (в случае зачисления на вакантные должности), должны им анализироваться, систематизироваться для формирования теоретической и практической части выпускной квалификационной работы.

В период проведения производственной практики в целом определяется структура выпускной квалификационной работы, ее главные положения, осуществляется сбор теоретического и практического материала, необходимого для ее написания.

7. Формы отчетности по практике

По результатам практики студенты обязаны подготовить отчет, представить назначенному руководителю практики от департамента в определенное им время и явиться на защиту отчета по практике в установленные сроки. Студенты, не выполнившие полностью требования, предъявляемые к содержанию практики и не представившие отчеты, к защите практики не допускаются.

На защиту студент должен представить следующие документы, оформленные в соответствии с установленным порядком².

1. Индивидуальное задание по практике (приложение 2).
2. Рабочий график (план) проведения практики (приложение 1).
3. Дневник практики с подписями руководителя от департамента и от организации с печатью (приложение 3).
4. Отчет по практике (титульный лист – приложение 5)
5. Отзыв о прохождении практики с подписью и печатью организации (приложение 4).

Отчет о практике оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», ГОСТ 2.105-1995 «Общие

² Приказ Финуниверситета от 26.10.2016 № 2064/о (п. 5.2).

требования к текстовым документам», ГОСТ7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

Структура отчета:

1. Титульный лист (приложение 5)
2. Содержание
3. Введение (должно содержать цели, задачи практики и индивидуальное задание, поставленное перед студентом).
4. Основная часть
 - 4.1. Характеристика организации (подразделения организации), в которой студент проходил практику.
 - 4.2. Характеристика проделанной студентом работы (описываются все результаты, разработки, исследования и т.п., полученные в ходе прохождения практики и выполнение индивидуального задания.
5. Заключение (содержит основные выводы по работе и указываются новые знания, умения, практический, в т.ч. социальный, опыт, приобретенные в процессе практики).
6. Список использованных источников.
7. Приложения (при необходимости).

Оформление текста отчета

Работа должна быть выполнена печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210×279 мм) через полтора интервала шрифта Times New Roman, размер шрифта – 14, в таблицах – 12, в подстрочных сносках – 10. Цвет шрифта должен быть черным. Текст работы должен быть выровнен по ширине.

Страницы работы должны иметь следующие поля: верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм; левое – 20 мм; правое – 10 мм.

В тексте отчета не допускается:

- применять обороты разговорной речи;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии;
- полужирный шрифт не применяется, допустимы другие компьютерные способы выделения фрагментов текста (курсив, разряженный текст и т.п.)

Названия основных разделов СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЯ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ печатаются заглавными буквами.

Нумерация страниц – сквозная, начинается со страницы «2» (первая страница – это титульный лист), номер страницы проставляется по середине нижнего поля.

Текст отчета при необходимости разделяют на разделы и подразделы. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. В конце номера подраздела точка не ставится.

Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов. Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Каждый раздел отчета начинается с нового листа (страницы).

Приложение. Некоторые материалы отчета допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата, т.д. Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху справа страницы слова «Приложение» и его обозначения – А, Б, В, ... и т.д.

Требования к дневнику и отзыву о работе студента с места прохождения практики

В период прохождения практики каждый студент ведет дневник учебной практики, в котором фиксируются выполняемые студентом виды работ. Дневник производственной практики проверяется и подписывается руководителем от организации. Форма дневника прохождения практики размещена в Приложении 3.

Отзыв с места прохождения практики пишется в произвольной форме (Приложение 4). В отзыве отражаются качества студента, степень освоения им фактического материала, выполнение программы практики. В отзыве должны быть указаны: фамилия, инициалы студента, место и сроки прохождения практики. В содержании целесообразно отражение информации о сроках прохождения практики, описание должностных обязанностей студента, характеристика теоретических знаний и приобретенных практических навыков, оценка выполненных задач, полнота и качество выполнения программы практики, отношение студента к выполнению заданий, полученных в период ее прохождения, оценка работы студента в период практики; проявленные студентом профессиональные качества, оценка личных качеств практиканта.

Отзыв оформляется на бланке предприятия (учреждения, организации), подписывается руководителем практики от предприятия (учреждения, организации) и заверяется печатью.

Зачет с оценкой по производственной практике выставляется студенту при условии сформированности по всем компетенциям как минимум порогового уровня.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения практики, содержится в разделе «3. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики».

Таблица 5 – Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	<u>типовые (примерные) задания</u>
ПКН-8	Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1.Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.	Опишите методы принятия стратегических, тактических и оперативных маркетинговых решений в управлении организацией
		2.Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	Представьте план маркетинга и определите степень реализации намеченных в нем мероприятий

		3.Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	Разработайте базовую организационную структуру маркетингового подразделения, оцените альтернативные схемы управления для позиционирования различных видов маркетинговой деятельности, аргументировано обоснуйте необходимость использования маркетинговых стратегий в организации.
ПКП-1	Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	1.Применяет современные методики управления маркетингом.	Разработайте и представьте комплекс маркетинга, стратегии сегментирования и позиционирования рынка,
		2.Использует современные техники и методы продаж.	Представьте архитектуру маркетингового исследования, а также аудита и контроля маркетинга
		3. Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.	Опишите технологии продаж в управлении маркетинговой деятельностью организации. Приведите примеры инновационных подходов для решения возникающих проблем

ПКП-2	способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений	1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований.	Раскройте содержание и логику проведения анализа результатов хозяйственной деятельности для маркетинговых целей организации
		2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.	Опишите технологии прогнозирования маркетинговой деятельности организации, анализа маркетинговой информации о конкурентах

Оценка уровня сформированности компетенций осуществляется на основании материалов, собранных в процессе прохождения практики, качества выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержания доклада на его защите и ответов на вопросы.

Методические подходы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Аттестация студентов по практике осуществляется по итогам защиты отчета на основе оценки решения обучающимися задач практики, приобретенных компетенций, знаний, умений и навыков.

Студент должен к защите подготовить презентацию и краткое сообщение, где он должен представить:

- основные задачи и цели практики, тему своей ВКР;
- дать краткую характеристику места прохождения практики;
- представить основные положения работы, проделанной в ходе практики и как ее результаты будут отражены в ВКР.

По результатам защиты практики выставляется зачет с оценкой. При выставлении оценки учитывается уровень практической подготовленности студента (с учетом отзыва руководителя практики от организации – базы практики), качество написания отчета по практике и ответов на вопросы при защите практики.

Итоговая оценка по практике выставляется по 100-балльной шкале, в соответствии с нормативными документами Финуниверситета (таблица 6).

Таблица 6 – Критерии выставления оценок

Количество баллов	Оценка	
менее 50 балла	неудовлетворительно	Не зачтено
51-69	удовлетворительно	Зачтено
70-85	Хорошо	
86-100	Отлично	

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный закон РФ N 135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции» (с изменениями и дополнениями).
3. Федеральный закон РФ № 70-ФЗ. от 06 мая 1998 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями и дополнениями).
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон РФ № 70-ФЗ. от 06 мая 1998 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями и дополнениями).
6. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
7. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями).
8. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (с учетом дополнений и изменений).
9. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (с изм. и доп.) «О потребительском кредите (займе)».
10. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (с изм. и доп.) «Об организации страхового дела в Российской Федерации».

а) основная:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — Текст : непосредственный .- То же. ЭБС Юрайт: <URL:https://www.biblio-online.ru/bcode/433737>.Текст : электронный
2. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров, обуч. по экономич. напр. и спец. / Финуниверситет ; Российская ассоциация маркетинга ; колл. авт. под общ. ред. С.В.

Карповой. - Москва: Юрайт, 2015. - 408 с. - Текст : непосредственный .- То же. ЭБС Юрайт: - 2019. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425233> (дата обращения: 31.10.2019). Текст : электронный

3. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для академического бакалавриата, обуч. по экономич. напр. и спец. / Финуниверситет ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014. - 367 с. - Текст : непосредственный .- То же. ЭБС Юрайт: - 2019. URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127> (дата обращения: 31.10.2019). Текст : электронный

б) дополнительная:

4. Маркетинг. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / Финуниверситет ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014, 2015. - 326 с.- Текст : непосредственный .- То же. ЭБС Юрайт: - 2019: URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432769> (дата обращения: 31.10.2019).

Текст : электронный

5. Поведение потребителей: учебник для студ. высш. учебн. завед. обуч. по напр. 38.03.02. "Менеджмент" квал. "бакалавр" / Н.П. Бугакова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. О.Н. Романенковой. - Москва: Вузовский учебник, 2015. - 320 с. - Текст : непосредственный .- То же. ЭБС znanium: - : <http://znanium.com/catalog/product/485432>. Текст : электронный

6. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для бакалавров / Финуниверситет ; под общ. ред. О.Н. Романенковой. - Москва: Юрайт, 2014. - 315 с. Текст : непосредственный .- То же. ЭБС Юрайт (О.Н. Жильцовой)- 2019. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425984> (дата обращения: 31.10.2019). Текст : электронный

7. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования. Организация и проведение в компании: учебник для бакалавров / Д.В. Тюрин; НИУ ВШЭ. - Москва: Юрайт, 2019. - 342 с. - Текст : непосредственный .- То же. ЭБС Юрайт 2019. -: URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425844> (дата обращения: 31.10.2019). Текст : электронный

**10. Информационные технологии, используемые при проведении практики,
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,
необходимых для освоения дисциплины**

10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office.
 2. Антивирус ESET Endpoint Security
- и др.

10.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -<http://www.skrin.ru>
4. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) –<http://elib.fa.ru/>
5. Электронно-библиотечная система ВООК.RU – <http://www.book.ru>
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» – <http://biblioclub.ru/>
7. Электронно-библиотечная система – Znanium <http://www.znanium.com>
8. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» – <https://www.biblio-online.ru/>
9. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital – <http://lib.alpinadigital.ru/>
10. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
11. Научная электронная библиотека – eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
12. Электронная библиотека – <http://grebennikon.ru>
13. Национальная электронная библиотека – <http://нэб.рф/>
14. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки – <https://dvs.rsl.ru/>

10.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

На месте прохождения практики студенту должны предоставить оборудованное рабочее место. Организация обеспечивает безопасные условия прохождения практики, отвечающим санитарным правилам и требованиям охраны труда. Техническое оснащение места зависит от решения поставленных задач и вида выполняемых работ по профилю обучения. Компьютер должен иметь выход в Интернет, что обеспечить удаленный доступ к программным, техническим и электронным средствам обучения и контроля знаний, размещенным на портале Финансового университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).

Форма рабочего графика (плана)

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Липецкий филиал

Факультет _____

Департамент/кафедра _____

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

проведения _____ практики
(указать вид (тип/типы) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Место прохождения практики _____

Срок практики с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

№ п/п	Этапы практики по выполнению программы практики и индивидуального задания	Продолжительность каждого этапа практики (количество дней)
1	2	3

Руководитель практики от департамента/кафедры: _____
(подпись) *(И.О. Фамилия)*

Руководитель практики от организации: _____
(подпись) *(И.О. Фамилия)*

Форма индивидуального задания

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«**Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации**»
(Финансовый университет)
Липецкий филиал

Факультет _____

Департамент/кафедра _____

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

по _____ практике
(указать вид (тип/типы) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Место прохождения практики _____

Срок практики с « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания и планируемые результаты
1	2

Руководитель практики от департамента/кафедры: _____
(подпись) *(И.О. Фамилия)*

Задание принял обучающийся: _____
(подпись) *(И.О. Фамилия)*

СОГЛАСОВАНО

Руководитель практики от организации: _____
(подпись) *(И.О. Фамилия)*

Форма дневника

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Липецкий филиал

Факультет _____

Департамент/кафедра _____

ДНЕВНИК

по _____ практике
(указать вид (тип/типы) практики)

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Форма отзыва

ОТЗЫВ

о прохождении практики

Обучающийся _____
(Ф.И.О.)

Факультет _____

проходил(а) _____ практику
(вид практики)

в период с « ____ » _____ по « ____ » _____ 20__ г.

в _____

_____ (наименование организации, наименование структурного подразделения)

В период прохождения практики _____
(Ф.И.О. обучающегося)

поручалось решение следующих задач:

В период прохождения практики обучающийся проявил(а) _____

Результаты работы обучающегося:

Считаю, что по итогам практики обучающийся может (не может) быть допущен к защите отчета по практике.

(должность руководителя практики от организации)

(подпись)

(Ф.И.О.)

« ____ » _____ 20__ г.

М.П.

Отзыв подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью организации.

Форма титульного листа отчета

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Липецкий филиал

Факультет _____

Департамент/кафедра _____

ОТЧЕТ

по _____ практике
(указать вид (тип/типы) практики)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Выполнил:

обучающийся учебной группы _____

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Проверили:

Руководитель практики от организации:

(должность)

(И.О. Фамилия)

(подпись)

М.П.

Руководитель практики от
департамента/кафедры:

(ученая степень и/или звание)

(И.О. Фамилия)

(оценка)

(подпись)

Липецк – 20 ____

Форма заявления обучающегося

Руководителю департамента/заведующему

кафедрой _____
(название департамента/кафедры)_____
(Фамилия И.О.)обучающегося учебной группы _____
(номер группы)уровень образования _____
(бакалавриат/магистратура)_____
(ФИО обучающегося полностью)

моб. тел.: _____

e-mail: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу предоставить место прохождения _____

практики

(вид практики)

Тема выпускной квалификационной работы: _____

Предполагаемые базы практики: _____

(укажите названия организаций, согласно списку договоров и соглашений,

_____ размещенному на сайте Финансового университета www.fa.ru в разделе «Студентам», подраздел «Практика»)

Средний балл успеваемости по зачетной книжке: _____

(за весь период обучения, например: 4,5)

Владение иностранными языками: _____

(укажите, какими языками владеете и на каком уровне)

Мне известно, что распределение обучающихся по конкретным базам практик осуществляется с учетом имеющихся возможностей и требований организаций к теме выпускной квалификационной работы/магистерской диссертации, а также уровню подготовки обучающегося (средний балл успеваемости, уровень владения иностранными языками и т.д.).

(дата)

(подпись)