

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финансовый университет)**

**Курский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Менеджмент и информационные технологии»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Курского филиала  
Финуниверситета

А.Е. Ильин

«21» июня 2022 г.



**Непочатых О.Ю., Зарецкая В.Г.**

**ПРОГРАММА**

**Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая)  
практика**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

*Рекомендовано Ученым советом  
Курского филиала Финуниверситета  
(протокол от «21» июня 2022 г. № 55)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и информационные технологии»  
(наименование кафедры)  
(протокол от «28» июня 2022 г. № 24)*

Курск 2022

**УДК 658(073)**  
**ББК 65.290я73**

**Непочатых О.Ю., Зарецкая В.Г.**

**Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) практика** для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 - «Менеджмент». – М.: Финансовый университет, Курский филиал, 2022. – 37 с.

Программа производственной практики: технологическая (проектно-технологическая) практика устанавливает её цели и задачи, содержит описание планируемых результатов освоения образовательной программы и обучения при прохождении практики, требования к порядку её проведения, структуре, содержанию и оформлению отчета по результатам её прохождения, определяет информационно-методическое обеспечение студентов и материально-техническую базу, необходимую для проведения практики.

*Учебное издание*

**Непочатых О.Ю., Зарецкая В.Г.**

**Программа практики**

Компьютерный набор, верстка: Непочатых О.Ю., Зарецкая В.Г.  
Формат 60х90/16. Гарнитура Times New Roman  
Усл. п.л. . Изд. №

© **Непочатых О.Ю., Зарецкая В.Г., 2022**  
© **Финансовый университет, 2022**

## 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.....	13
5.	Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность .....	13
6.	Содержание практики.....	14
7.	Формы итоговой отчетности по практике.....	19
8.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся .....	22
9.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики .....	25
10.	Информационные технологии, используемые при проведении практики, Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	27
11.	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики .....	28
	Приложения.....	29

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

Вид: производственная.

Типы: Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) практика

Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) 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: технологическая (проектно-технологическая) 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 преддипломную 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 кафедры и от организации.

Для выбора базы практики из числа предлагаемых организаций студент обязан не позднее, чем за 2 месяца до начала практики подать на кафедре «Логистики и маркетинга» 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 департамента заявление для последующего направления данного заявления в Управление планирования и развития карьеры Финуниверситета.

Студенты, имеющие право на прохождение производственной, в т.ч. преддипломной, практики в структурном подразделении Финуниверситета должны представить лицу, ответственному за практику от департамента 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 заведующего кафедрой подтверждение (письмо организации) с указанием сроков проведения практики и предоставления студенту материалов для выполнения программы практики<sup>1</sup>. 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

---

<sup>1</sup> Типовые формы документов разрабатываются Управлением планирования и развития карьеры.

прохождении практики департамент менеджмента предоставляет не позднее чем за 10 рабочих дней до начала практики.

Ответственность за организацию и проведение производственной, в т.ч. преддипломной, практики и учебно-методическое руководство осуществляет Факультет логистики, кафедра «Логистики и маркетинга» Финансового университета.

Для руководства практикой назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу кафедры «Логистики и маркетинга» 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 департамента 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 преддипломной 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» в части полученных знаний умений и навыков определяются в соответствии таблицей 1.



Таблица 1 – Компетенции, формируемые в ходе производственной практики:  
 преддипломная практика для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», 2022 год приема – очная форма обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКП-1	способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	1.Применяет современные методики управления маркетингом. 2.Использует современные техники и методы продаж. 3.Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.	Знает теоретические основы управления маркетинговой деятельностью организации Умеет разрабатывать комплекс маркетинга, стратегии сегментирования и позиционирования рынка, организовывать и проводить маркетинговые исследования, а также имеет навыки аудита и контроля маркетинга. Владет навыками управления маркетинговой деятельностью организации

ПКП-2	<p>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</p>	<p>1.Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований. 2.Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.</p>	<p>Знает методы организации и проведения исследований потребителей; современные модели потребительского поведения; специфику поведения потребителей на рынках промышленных и потребительских товаров, а также на рынке услуг; преимущества и недостатки методов изучения потребителей; технологии сбора и использования информации о потребителях и их поведении на рынке; источники получения информации о потребителях; специфику предложений исследовательских компаний в области изучения потребителей. Умеет применять полученные знания на практике; планировать и проводить изучение потребительского поведения; идентифицировать потребности; восприятие; мотивы и установки потребителей; анализировать процесс принятия решения потребителем о покупке; анализировать влияние социальных и культурных факторов на потребительское решение. Владеет количественными и качественными методами исследования потребителей; методами глубинных и сфокусированных интервью; методами проективных технологий исследования потребителей; классифицировать и типологизировать потребителей; анализировать полученные данные о потребителях; составлять аналитические отчеты о потребителях компании</p>
-------	---	---	--

ПKN-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. 2.Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации 3.Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	Знает теоретические основы продаж (концепции систем сбыта, стратегии работы с торговым персоналом, принципы, особенности процесса продажи при различных подходах к сбытовой деятельности. Умеет формировать средства и каналы дистрибуции продукции для взаимодействия организации с покупателями, поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации Владеет навыками разработки комплексной системы дистрибуции и организации продаж, оценки результативности каналов реализации продукции и разработки мероприятий по их совершенствованию маркетинговых инструментов управления.
-------	--	---	---

по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент», 2022 год приема – очная форма обучения; профиль «Менеджмент и управление бизнесом», 2022 год приема – очная форма обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКП-3	Способность разрабатывать финансовую стратегию организации, долгосрочную и краткосрочную финансовую политику, а также принимать эффективные управленческие решения, обеспечивающие достижение стоящих перед организацией целей	1.Применяет современные методики управления маркетингом. 2.Использует современные техники и методы продаж. 3.Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.	Знает теоретические основы управления маркетинговой деятельностью организации Умеет разрабатывать комплекс маркетинга, стратегии и сегментирования и позиционирования рынка, организовывать и проводить маркетинговые исследования, а также имеет навыки аудита и контроля маркетинга. Владеет навыками управления маркетинговой деятельностью организации

ПКП-4	Способность оценивать финансовые риски и применять современные методы и финансовые инструменты для их снижения и нейтрализации	1.Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований. 2.Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.	Знает методы организации и проведения исследований потребителей; современные модели потребительского поведения; специфику поведения потребителей на рынках промышленных и потребительских товаров, а также на рынке услуг; преимущества и недостатки методов изучения потребителей; технологии сбора и использования информации о потребителях и их поведении на рынке; источники получения информации о потребителях; специфику предложений исследовательских компаний в области изучения потребителей. Умеет применять полученные знания на практике; планировать и проводить изучение потребительского поведения; идентифицировать потребности; восприятие; мотивы и установки потребителей; анализировать процесс принятия решения потребителем о покупке; анализировать влияние социальных и культурных факторов на потребительское решение. Владеет количественными и качественными методами исследования потребителей; методами глубинных и сфокусированных интервью; методами проективных технологий исследования потребителей; классифицировать и типологизировать потребителей; анализировать полученные данные о потребителях; составлять аналитические отчеты о потребителях компании
-------	--	---	---

ПKN-1	Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач	1.Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария. 2.Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации 3.Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	Знает теоретические основы продаж (концепции систем сбыта, стратегии работы с торговым персоналом, принципы, особенности процесса продажи при различных подходах к сбытовой деятельности. Умеет формировать средства и каналы дистрибуции продукции для взаимодействия организации с покупателями, поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации Владеет навыками разработки комплексной системы дистрибуции и организации продаж, оценки результативности каналов реализации продукции и разработки мероприятий по их совершенствованию маркетинговых инструментов управления.
-------	---	---	--

#### 4. Место практики в структуре ОП ВО

Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) практика обучающихся по образовательной программе подготовки бакалавров является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению 38.03.02 – «Менеджмент».

Производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) 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: технологическая (проектно-технологическая) практика является этапом обучения студентов по программе подготовки бакалавров и проводится после освоения студентами программы большинства теоретических дисциплин по выбранному направлению.

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

По результатам преддипломной 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 15 зачетных единиц (часа). 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, в т.ч. преддипломной 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.

## **6. Содержание и формы производственной, в т.ч. преддипломной практики**

В целях наиболее полного овладения студентами практических навыков и формирования профессиональных компетенций маркетолога, в соответствии со специализацией подготовки, производственная, в т.ч. преддипломная 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, в т.ч. преддипломной 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, представляемых 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. 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.

7. 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, в т.ч. преддипломной 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, в т.ч. преддипломной практики в целом определяется структура выпускной квалификационной работы, ее главные положения, осуществляется сбор теоретического и практического материала, необходимого для ее написания.

## **7. Формы итоговой отчетности по практике. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

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 порядком<sup>2</sup>.

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

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, в т.ч. преддипломной, 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.

Завершается отзыв рекомендацией по итоговой дифференцированной оценке. Отзыв оформляется на бланке предприятия (учреждения, организации), подписывается руководителем практики от предприятия (учреждения, организации) и заверяется печатью.

Дифференцированный зачет по производственной, в т. ч. преддипломной, практике выставляется студенту при условии сформированности по всем компетенциям как минимум порогового уровня.

#### **8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:**

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 4 – Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», 2022 год приема – очная форма обучения

<b><u>компетенция</u></b>	<b><u>типовые (примерные) задания</u></b>
ПКП-1	<p>1.Задание Сформулируйте управленческие проблемы в области маркетинга, которые решает организация. Какие задачи и проблемы решает организация в области разработки и реализации маркетинговых инструментов с применением современных методов управления.</p> <p>2.Задание Дайте краткую характеристику организации, включая ее маркетинговую деятельность, форму собственности, организационно-правовую форму, основные структурные подразделения, прежде всего маркетинговое.</p> <p>1. Задание Сформулируйте предложения по совершенствованию технологии и методики маркетингового управления организацией</p>
ПКП-2	<p>1. Задание Проведите анализ методов организации и проведения исследований потребителей; современных моделей потребительского поведения. Выделите специфику поведения потребителей на рынках промышленных и потребительских товаров, а также на рынке услуг; преимущества и недостатки методов изучения потребителей;</p> <p>2. Задание Идентифицируйте потребности, восприятие, мотивы и установки потребителей; проведите анализ процесса</p>

	<p>принятия решения потребителем о покупке; влияния социальных и культурных факторов на потребительское решение.</p> <p>3. Задание</p> <p>Приведите классификацию и типологизацию потребителей, проанализируйте полученные данные о потребителях; составьте аналитические отчеты о потребителях компании</p>
ПKN-8	<p>1. Задание</p> <p>Сформируйте средства и каналы дистрибуции продукции для взаимодействия организации с покупателями, поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации</p> <p>2. Задание</p> <p>Разработайте комплексную систему дистрибуции и организации продаж,</p> <p>3. Задание</p> <p>Оцените результативность каналов реализации продукции и разработки мероприятий по их совершенствованию</p>

по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент», 2022 год приема – очная форма обучения; профиль «Менеджмент и управление бизнесом», 2022 год приема – очно-заочная форма обучения

<b><u>компетенция</u></b>	<b><u> типовые (примерные) задания</u></b>
ПКП-3	<p>1.Задание</p> <p>Сформулируйте управленческие проблемы в области маркетинга, которые решает организация. Какие задачи и проблемы решает организация в области разработки и реализации маркетинговых инструментов с применением современных методов управления.</p> <p>2.Задание</p> <p>Дайте краткую характеристику организации, включая ее маркетинговую деятельность, форму собственности, организационно-правовую форму, основные структурные подразделения, прежде всего маркетинговое.</p> <p>3. Задание</p> <p>Сформулируйте предложения по совершенствованию технологии и методики маркетингового управления организацией</p>

ПКП-4	<p>1. Задание Проведите анализ методов организации и проведения исследований потребителей; современных моделей потребительского поведения. Выделите специфику поведения потребителей на рынках промышленных и потребительских товаров, а также на рынке услуг; преимущества и недостатки методов изучения потребителей;</p> <p>2. Задание Идентифицируйте потребности, восприятие, мотивы и установки потребителей; проведите анализ процесса принятия решения потребителем о покупке; влияния социальных и культурных факторов на потребительское решение.</p> <p>3. Задание Приведите классификацию и типологизацию потребителей, проанализируйте полученные данные о потребителях; составьте аналитические отчеты о потребителях компании</p>
ПKN-1	<p>1. Задание Сформируйте средства и каналы дистрибуции продукции для взаимодействия организации с покупателями, поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации</p> <p>2. Задание Разработайте комплексную систему дистрибуции и организации продаж,</p> <p>3. Задание Оцените результативность каналов реализации продукции и разработки мероприятий по их совершенствованию</p>

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.

#### **Типовые вопросы на защите результатов практики**

2. Какие управленческие проблемы в области маркетинга, решает организация.
3. Какие задачи и проблемы решает организация в области разработки и реализации маркетинговых инструментов с применением современных методов управления.
4. Каковы были Ваши должностные обязанности в организации?
5. Какими основными методами проводились исследования в организации?
6. Дайте краткую характеристику организации, включая ее маркетинговую деятельность, форму собственности, организационно-правовую форму, основные



структурные подразделения, прежде всего маркетинговое.

7. Какие методы маркетингового анализа и маркетинговых исследований применяют в организации?
8. Какова ваша степень владения этими методами?
9. Каковы основные проблемы организации, которые необходимо решать с помощью маркетинговых инструментов?
10. Какие предложения по совершенствованию технологии и методики маркетингового управления организацией Вы можете дать?
11. Каковы рыночные позиции организации по сравнению с другими организациями на этом сегменте рынка?
12. В чем причины недостатков маркетингового и финансового положения организации?

13. Работа каких подразделений, по Вашему мнению, может быть усовершенствована и каким образом? 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 5).

Таблица 5 – 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

**10.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -<http://www.skrin.ru/>
5. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) –<http://elib.fa.ru/>
6. Электронно-библиотечная система BOOK.RU – <http://www.book.ru>
7. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» – <http://biblioclub.ru/>
8. Электронно-библиотечная система – Znanium <http://www.znanium.com>
9. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» – <https://www.biblio-online.ru/>
10. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital – <http://lib.alpinadigital.ru/>
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)**

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)

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)

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)

Москва – 20 \_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Срок практики с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Должность, Ф.И.О. руководителя практики от организации \_\_\_\_\_

### УЧЕТ ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ

Дата	Департамент/ Управление/ отдел	Краткое содержание работы обучающегося	Отметка о выполнении работы (подпись руководителя практики)
1	2	3	4

Руководитель практики от организации:

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

М.П.



**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)**

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)

Москва – 20 \_\_\_\_

## Форма договора

### Договор № \_\_\_\_\_ на проведение практики обучающегося федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

«\_\_\_»\_\_\_\_\_201\_\_ г.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (лицензия серии \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, регистрационный № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_, свидетельство о государственной аккредитации серии \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ регистрационный № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_), именуемое в дальнейшем «Университет», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании доверенности от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем «Организация», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, совместно именуемые «Стороны», а по отдельности «Сторона», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

## 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Стороны обязуются совместно организовать и провести \_\_\_\_\_, (вид практики) практику (далее – практика) обучающегося \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ (факультет) группы \_\_\_\_\_ ФИО \_\_\_\_\_.

Срок практики – с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ года.

1.2. Целью проведения практики является получение обучающимся профессиональных умений и навыков, опыта профессиональной деятельности.

## 2. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН

2.1. Университет обязуется:

2.1.1. Направить в Организацию обучающегося для прохождения практики в соответствии со сроком, указанным в п. 1.1 настоящего Договора.

2.1.2. Назначить руководителя практики от департамента/кафедры из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу.

2.1.3. Составить рабочий график (план) проведения практики обучающегося совместно с руководителем практики от Организации.

2.1.4. Разработать индивидуальное задание для обучающегося, выполняемое в период практики, по согласованию с руководителем практики от организации.

- 2.1.5. Провести организационные собрания с обучающимися по вопросам прохождения практики.
- 2.1.6. Оказывать методическую помощь обучающемуся при выполнении им индивидуального задания, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе производственной, в том числе преддипломной, практики.
- 2.1.7. Консультировать обучающегося по вопросам выполнения программы практики и оформлению ее результатов.
- 2.1.8. Оказать руководителю практики от Организации методическую помощь в проведении практики обучающегося.
- 2.1.9. Осуществить контроль за соблюдением сроков практики, ходом прохождения практики обучающимся и ее содержанием.
- 2.1.10. Оценить результаты прохождения практики обучающегося.
- 2.2. Организация обязуется:
- 2.2.1. Принять обучающегося на практику в соответствии со сроком, указанным в п. 1.1 настоящего Договора.
- 2.2.2. Предоставить рабочее место обучающемуся, обеспечить возможность его ознакомления с документацией Организации, нормативной и законодательной базой, необходимыми для успешного выполнения обучающимся программы практики и индивидуального задания (за исключением сведений, не относящихся к общедоступной информации).
- 2.2.3. Назначить квалифицированного руководителя для руководства практикой от Организации.
- 2.2.4. Обеспечить обучающемуся безопасные условия прохождения практики, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда. Провести инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка Организации.
- 2.2.5. Не допускать привлечение обучающегося к осуществлению деятельности, не предусмотренной программой практики и не имеющей отношения к направлению обучения и будущей профессии обучающегося.
- 2.2.6. Сообщить в Университет о случаях нарушения обучающимся трудовой дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка Организации.
- 2.2.7. Составить по результатам практики письменный отзыв на обучающегося и подписать подготовленные им документы по каждому виду практики.
- 2.2.8. При наличии в Организации вакантной должности, работа на которой соответствует требованиям к содержанию практики, с обучающимся может быть заключен трудовой договор о замещении такой должности.

### **3. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА**

- 3.1. Настоящий Договор заключается на срок проведения практики обучающегося, вступает в законную силу с даты его подписания Сторонами и действует до окончания сроков практики, указанных в п. 1.1 настоящего Договора.
- 3.2. Настоящий Договор может быть досрочно расторгнут по взаимному согласию Сторон или в одностороннем порядке с письменным предупреждением другой Стороны о расторжении настоящего Договора за 15 (пятнадцать) рабочих дней до начала практики.

### **4. КОНФИДЕЦИАЛЬНОСТЬ**

4.1. Информация, которую одна из Сторон относит к конфиденциальной, и письменно сообщила об этом другой Стороне, является конфиденциальной и для другой Стороны. Каждая из Сторон настоящего Договора обязуется обеспечить сохранность конфиденциальной информации, получаемой от другой Стороны.

4.2. Ни одна из Сторон не вправе передавать свои права и обязательства по настоящему Договору третьим лицам.

## **5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН**

5.1. Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств по настоящему Договору в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5.2. Стороны освобождаются от ответственности за неисполнение обязательств по настоящему Договору, если это явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы.

## **6. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

6.1. Споры и разногласия, возникающие в процессе выполнения условий настоящего Договора, разрешаются путем переговоров по соглашению Сторон.

6.2. Настоящий Договор составлен в 2 (двух) экземплярах, каждый из которых имеет одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

## **7. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА И ПОДПИСИ СТОРОН**

### **Университет**

### **Организация**

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

Наименование организации

Ленинградский проспект, д. 49,  
г. Москва, ГСП-3, 125993

Адрес

Контактное лицо от Университета:  
Должность

Контактное лицо от Организации:  
Должность

ФИО

ФИО

Телефон:

Телефон:

Электронная почта:

Электронная почта:

Должность

Должность

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия

М.П.

М.П.

**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 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(вид практики) практикиТема выпускной квалификационной работы: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_Предполагаемые базы практики: \_\_\_\_\_  
(укажите названия организаций, согласно списку договоров и соглашений,\_\_\_\_\_  
размещенному на сайте Финансового университета [www.fa.ru](http://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)