

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

Кафедра «Маркетинг и логистика»

Карпова С.В., Артемьева О.А.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(В ТОМ ЧИСЛЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

по направлению 38.04.02 «Менеджмент»
магистерская программа «Финансовый маркетинг»
(программа подготовки магистра)

Москва 2016

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

Кафедра «Маркетинг и логистика»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ М.А. Эскиндаров

15.03.2016 г.

Карпова С.В., Артемьева О.А.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(В ТОМ ЧИСЛЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
магистерская программа «Финансовый маркетинг»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента
(протокол № 6 от 15 марта 2016 г.)*

*Одобрено кафедрой «Маркетинг и логистика»
(протокол № 2 от 25 февраля 2016 г.)*

Москва 2016

УДК 378.147.88 (073)

ББК 74.58я 73

К 26

Рецензенты:

Козлова Н.П. – к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и логистика»

Крюкова О.А. - к.э.н., профессор кафедры «Стратегический и антикризисный менеджмент»

Карпова С.В., Артемьева О.А. Программа производственной (в том числе преддипломной) практики для студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг» (программа подготовки магистров) очная форма обучения. – М.: Финансовый университет, кафедра «Маркетинг и логистика», 2016. – 34 с.

Программа производственной (в том числе преддипломной) практики предназначена для прохождения практики студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг», в соответствии с утвержденным учебным планом Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Программа практики включает цели, задачи и содержание преддипломной практики студентов магистратуры, требования к результатам ее прохождения, объем, содержание и формы проведения, отчетность и учебно-методическое обеспечение практики. В программе содержатся методические рекомендации и форматы документов отчета о прохождении практики.

Учебное издание

Светлана Васильевна Карпова

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(В ТОМ ЧИСЛЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Компьютерный набор, верстка Карпова С.В., Артемьева О.А.

Формат 60x90/16. Гарнитура Times New Roman

Усл. п.л. ___ Изд. № ___ 2016. Тираж ___ экз.

© Карпова С.В., Артемьева О.А., 2016
© ФГОБУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Наименование вида практики способа и формы (форм) ее проведения	4
Раздел 2. Перечень планируемых результатов обучения по прохождению практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
Раздел 3. Место практики в структуре образовательной программы.....	6
Раздел 4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо академических часах.....	8
Раздел 5. Содержание практики.....	9
Раздел 6. Формы отчетности по практике.....	12
Раздел 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	19
Раздел 8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.....	24
Раздел 9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	26
Раздел 10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения производственной практики.....	26
Приложения	27

Раздел 1. Наименование вида практики способа и формы (форм) ее проведения

Цель производственной (в том числе преддипломной) практики – систематизация, обобщение, и закрепление и углубление теоретических знаний и умений, полученных в области маркетинга финансовых услуг; приобретение новых навыков в сфере организации маркетинга и процессов управления, необходимых для формирования востребованного работодателем магистра по направлению «Менеджмент».

Производственная (в том числе преддипломная) 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 финансовой 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 на финансовых рынках, в том числе с учетом специфики организаций различных организационно-правовых форм и видов финансовой 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 магистерской диссертации 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 магистратуры 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 магистерской программы «Финансовый маркетинг».

Раздел 2. Перечень планируемых результатов обучения по прохождению практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица 1

Компетенция ОПК-3: «Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования»		
Владения	Умения	Знания
-методами оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность организации	- адаптировать знания о маркетинговых инструментах по анализу потребителей, формирующих качественную и успешную работу компании	- знать методы сбора и анализа маркетинговой информации по изучению потребителей, используемые компанией для формирования товарного предложения
-навыками формирования покупательского поведения, в	-использовать основные методы и инструменты по	-знать основные характеристики формирования маркетинговой

зависимости от сферы деятельности компании	формированию модели работы отдела маркетинга на предприятии	деятельности организации
Компетенция 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»		
Владения	Умения	Знания
-основными способами проведения маркетингового исследования	-использовать традиционные методы современных маркетинговых исследований	-знать основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного предприятия
-методами проведения маркетинговых исследований в данной сфере	-эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении рыночной ситуации	-целей, задач, видов маркетинговых исследований
Компетенция ДКМП-2: «Владеть методами стратегического анализа, маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса финансового маркетинга»		
Владения	Умения	Знания
-основными способами проведения исследований данных	-использовать традиционные методы проведения маркетингового анализа финансовой организации	-знать основные понятия, сущность и методы проведения маркетингового анализа финансовой организации
-методами проведения исследований в области стратегического анализа и маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса маркетинга финансовой организации	- эффективно использовать инструменты и методы стратегического анализа и маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса маркетинга при изучении деятельности финансовой организации	- цели, задачи, виды стратегического анализа и маркетингового управления

Раздел 3. Место производственной (в том числе) преддипломной практики в структуре образовательной программы

Производственная (в том числе преддипломная) практика студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская

программа «Финансовый маркетинг» (программа подготовки магистров), является обязательным разделом основной образовательной программы (ООП).

Практика представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на получение профессионально-практических знаний и умений студентов магистратуры.

Производственная (в том числе преддипломная) практика – практическая форма обучения, которая выступает завершающим этапом обучения в магистратуре Финансового университета. Проводится после освоения студентами программы теоретического и практического обучения.

К прохождению производственной (преддипломной) практики допускаются студенты магистратуры, успешно сдавшие все испытания (зачеты и экзамены), предусмотренные учебным планом подготовки магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг».

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВПО, действующими учебными планами, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 25.03.2003 № 1154 «Об утверждении Положения о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования», Уставом Финансового университета, приказами ректора Финансового университета от 7.02.2011 №68-1/о «Об утверждении требований к рабочим программам практик» и от 01.10.2013 № 1614/о «О проведении практики, подготовке выпускных квалификационных работ», положением о порядке проведения практики студентов Финансового университета от 17.05.2011 №229-2/о.

По результатам преддипломной практики и выполненным индивидуальным заданиям студент магистратуры подготавливает магистерскую диссертацию, и публично защищает ее.

Раздел 4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо академических часах

Конкретные даты начала преддипломной практики, закрепление студентов магистратуры за базами практики, продолжительность практики для конкретных учебных групп определяется приказом Ректора Финансового университета и проводится в соответствии с графиком проведения учебного процесса Финуниверситета. В целях обеспечения прохождения студентами магистратуры производственной, (в том числе преддипломной практики) в полном объеме и в соответствии с настоящей программой, она организуется на предприятиях финансовой сферы (банки, страховые и инвестиционные компании и т.п.) разных организационно-правовых форм, типов и видов. Как правило, это финансовые организации, в которых действуют самостоятельные маркетинговые отделы (управления, департаменты), или существуют маркетинговые подразделения (группы) в составе других служб (отдела сбыта, маркетинга и т.д.).

Студенты магистратуры могут проходить преддипломную практику в научно-исследовательских учреждениях в качестве исследователя по профессиональной тематике, близкой к теме своей магистерской диссертации.

Общая трудоемкость производственной (в том числе преддипломной) практики составляет 12 зачетных единиц, вид аттестации – зачет.

Таблица 2. Производственная практика

Вид учебной работы	Модуль
	8-10
Общая трудоемкость дисциплины	216 часов/4 недели
<i>Аудиторные занятия</i>	-
Лекции	-
Семинары	-
<i>Самостоятельная работа</i>	
<i>В модуле</i>	

Таблица 3. Преддипломная практика

Вид учебной работы	Модуль
	8-10
Общая трудоемкость дисциплины	216 часов/ 4 недели
<i>Аудиторные занятия</i>	-
Лекции	-
Семинары	-
<i>Самостоятельная работа</i>	
<i>В модуле</i>	

Раздел 5. Содержание преддипломной и производственной практики

В ходе выполнения содержательной части программы практики студент магистратуры должен обозначить свое личное участие в виде проделанной именно им работы.

Производственная практика состоит из следующих основных задач, которые отражаются, в том числе в разделах отчета о практике:

- ознакомление и анализ организации, являющейся базой проведения практики, изучение основных направлений деятельности организации – базы практики и ее подразделений в сфере маркетинга и методических подходов к решению задач в этой области;

- научно-исследовательского, включающего выполнение индивидуальных заданий исследовательского плана, сформированного на основе утвержденной темы магистерской диссертации.

Данный вид практики может частично выполняться в Финансовом университете (в т.ч. заблаговременно) в форме индивидуального задания и включать:

- изучение студентами документов организации (учредительных документов, устава, финансовой отчетности, в том числе подразделений

компании и др.).

Преддипломная практика студентов магистерской программы «Финансовый маркетинг» кафедры «Маркетинг и логистика» может включать в себя следующие разделы:

1. Организационно-управленческий.

2. Научно-исследовательский, с проведением актуальных прикладных исследований.

Преддипломная практика реализуется в организациях – базах практики и включает изучение следующих вопросов:

- исследование организации, как объекта управления;
- определение управленческих проблем в области маркетинга, решаемых финансовой организацией;
- определение решаемых финансовой организацией задач и проблем в области разработки и реализации маркетинговых инструментов с применением современных методов управления данными проектами и процессами.

Завершается данный вид практики выполнением индивидуального задания, сформированного по основным задачам, решаемым в магистерской диссертации, и включает анализ и разработку студентом предложений, определенных темой магистерской диссертации, которые в общем виде можно определить как разработку:

- мероприятий по совершенствованию маркетинговых процессов финансовой организации в виде предложений по оптимизации ее стратегических и тактических планов, осуществления мероприятий в области управления
- мероприятий по совершенствованию механизма управления маркетинговыми процессами, реализуемые в данной финансовой организации; реализацию разработанных основных положений при написании магистерской диссертации.

В соответствии с направлением 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Финансовый маркетинг» основными базами практики являются:

- банки;
- страховые компании;
- инвестиционные и паевые инвестиционные фонды (ПИФы);
- государственные и коммерческие структуры, действующие на финансовых рынках, где создаются и внедряются инновации;
- корпоративные структуры с государственным участием, действующие на финансовых рынках;
- научно-исследовательские центры и иные организации, изучающие финансовые рынки, в том числе международные.

Базами практики могут быть и другие учреждения, организации и компании, состав которых дополнительно устанавливается кафедрой «Маркетинг и логистика».

При прохождении практики студенты могут работать в качестве специалистов и самостоятельно выполнять порученную работу.

С целью выбора базы практики из числа организаций, предлагаемых Финуниверситетом, студент обязан не позднее, чем за 2 месяца до начала практики подать на кафедру «Маркетинг и логистика» письменное заявление о предоставлении ему места для прохождения практики.

Студенты могут самостоятельно осуществлять поиск места практики или проходить практику по месту работы (работающие студенты). В этом случае не позднее, чем за 1,5 месяца до начала практики студент должен представить заведующему кафедрой подтверждение организации (гарантийное письмо) с указанием сроков проведения практики и предоставления студенту материалов для выполнения программы практики (приложение № 1 - образец гарантийного письма).

Студентам, имеющим стаж практической работы по профилю подготовки, по решению кафедры «Маркетинг и логистика» на основе

промежуточной аттестации может быть зачтена учебная и производственная (за исключением преддипломной) практики. На преддипломную практику студенты направляются в установленном порядке.

Выбор структурных подразделений, с работой которых, в первую очередь, необходимо ознакомить практиканта, определяет руководитель практики от организации с учетом рекомендаций преподавателя-руководителя практики от кафедры.

С момента зачисления студентов в период практики в качестве практикантов на рабочие места на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации.

На студентов, принятых в организациях на должности, распространяется Трудовой кодекс Российской Федерации, и они подлежат государственному социальному страхованию наравне со всеми работниками. Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики в организациях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 36 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст.91 ТК РФ).

В период прохождения практики за студентами-стипендиатами, независимо от получения ими заработной платы по месту прохождения практики, сохраняется право на получение стипендии.

Для отдельных категорий студентов (иностранные студенты, студенты, выезжающие за рубеж и т.д.) кафедра «Маркетинг и логистика» разрабатывает задания для прохождения практики по индивидуальной программе.

Раздел 6. Формы отчетности по практике

Отчет о практике студенты магистратуры подготавливают и сдают индивидуально. Отчетная документация содержит:

- отчет о прохождении производственной, в том числе преддипломной практики;
- дневник прохождения производственной, в том числе преддипломной практики;

- отзыв с места прохождения производственной, в том числе преддипломной практики.

В ходе производственной, в том числе преддипломной практики студенты ведут дневник с обязательной ежедневной записью о проделанной работе.

Руководитель практики от кафедры выполняет следующие функции:

- присутствует на собрании по производственной, в том числе преддипломной практике;
- консультирует студента при составлении календарно-тематического плана в соответствии с конкретными условиями и программой;
- разрабатывает индивидуальное задание студенту по сбору материала для магистерской диссертации;
- консультирует студента по всем вопросам практики;
- контролирует выполнение календарно-тематического плана и проверяет качество работы студента во время прохождения практики;
- осуществляет прием отчета, контролирует его качество и оценивает выполненную работу.

В функции руководителя практики от организации входит:

- распределение студентов по рабочим местам;
- подбор квалифицированных специалистов на каждом рабочем месте и наблюдение за их работой с практикантами;
- обеспечение нормальных и безопасных условий работы студентов: их размещение, оказание помощи в получении фактического материала, организация консультаций по выполнению программы практики и инструктажа по технике безопасности;
- обеспечение надлежащей требовательности к студентам, как в отношении служебной дисциплины, так и в отношении выполнения программы практики;
- составление отзыва о работе каждого студента. В отзыве отмечается

качество выполнения студентом программы практики, его отношение к работе, инициативность, творческая активность, способность генерировать рекомендации, направленные на решение профессиональных проблем управления финансами, трудовая дисциплина, овладение производственными навыками и др.;

- проверка окончательного варианта отчета о прохождении производственной практики, подготовленного студентом к защите.

Во время прохождения производственной, в том числе преддипломной практики студент обязан:

- соблюдать действующий на базе практики режим работы и правила техники безопасности;

- изучить весь комплекс вопросов, предусмотренный в программе;

- самостоятельно выполнять работы в соответствии с календарно-тематическим планом;

- ежедневно вести дневник по установленной форме, представлять его на проверку и подпись руководителю от базы практики;

- готовить отчет о прохождении практики и своевременно сдавать на проверку руководителям отдельные его разделы в соответствии с календарно-тематическим планом;

- собирать, анализировать и систематизировать практический материал для написания выпускной квалификационной работы;

- выполнять индивидуальное задание руководителя от кафедры;

- завершить подготовку отчета о прохождении практики и защитить его в сроки, установленные календарно-тематическим планом;

- выполнять указания руководителей практики от кафедры и от базы практики;

- строго выполнять сроки и регламент прохождения практики.

Студенты, направляемые для прохождения производственной, в том числе преддипломной практики в научно-исследовательские учреждения

должны изучить порядок организации исследований, международные и отечественные научные достижения в области исследуемой темы. При этом особое внимание должно быть уделено последним нормативным документам по профилю исследования, принятым Правительством Российской Федерации, Минэкономразвития Российской Федерации.

В ходе проводимого исследования студент использует отечественную и иностранную литературу, а также печатные издания по теме, которыми располагают университет, научно-исследовательский институт – база практики, применяет различные формы использования и обработки материалов.

В конце практики руководителем от организации дается отзыв, в котором характеризуется выполнение студентом программы практики, его отношение к работе, умение и способность находить контакт с сотрудниками организации, инициатива и активность, а также отмечается уровень подготовки магистранта, подписывается дневник.

На протяжении всего периода работы в организации студенты должны в соответствии с заданием собирать и обрабатывать необходимый материал, а затем представить его в виде оформленного отчета по производственной, в том числе преддипломной практике своим руководителям.

Составление, редактирование и оформление отчета рекомендуется проверить в последнюю неделю производственной, в том числе преддипломной практики. Отчет студента должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал.

Студент оформляет отчет по производственной, в том числе преддипломной практике 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», ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

Структура отчета студента о прохождении практики устанавливается Положением «О порядке проведения практики студентов Финансового университета» (Приложение к приказу от 17 мая 2011 г. № 229-2/о) (приложение № 2 – структура отчета). Рекомендуемый объем отчета – 10 листов (без приложений) рукописного или машинописного текста, напечатанного на одной стороне листа формата А 4, шрифтом № 14 Times New Roman через полтора интервала. Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается.

Отчет по практике должен содержать конкретное описание проделанной работы именно студентом, а не только описание направлений и содержания деятельности организации. По каждому разделу отчета содержательной части программы практики должна быть отражена мера личного участия студента в выполнении требований программы.

Отчет должен включать:

- Титульный лист (см. Приложение № 3).
- Содержание.
- Введение.
- Основная часть.
- Заключение.
- Список использованных источников.

Содержание основных разделов отчета определяется требованиями программы производственной, в том числе преддипломной практики.

Основная часть отчета о прохождении производственной, в том числе преддипломной практики должна содержать сведения о конкретно выполненной работе в период практики и включать не менее 2-х разделов:

1. Общая характеристика базы (места) практики. В этом разделе независимо от специфики организации (базы практики) должны содержаться следующие сведения:

- перечень целей, необходимость реализации которых обусловила создание организации;
- описание ее структуры с выделением основных составляющих и их роли в достижении поставленных целей;
- четкое определение места организации в системе более крупного масштаба, отраслевой анализ;
- особенности и состав управляемой части системы управления;
- анализ функционирования (деятельности) компании за ряд предыдущих лет по степени достижения цели;
- стратегический анализ положения компании, анализ ее сильных и слабых сторон;
- анализ конкурентного преимущества.

2. Разработка основных положений практической части магистерской диссертации. В этом разделе студенты отражают те практические результаты и наработки, которые получены в ходе практики и будут ими использованы при разработке практических примеров и обоснований в магистерской диссертации. Содержание раздела в основном определяется темой диссертации и исследуемыми практическими ситуациями и примерами.

В этой части целесообразно широко использовать графические средства представления информации: графики, диаграммы, схемы, таблицы.

Заключение. В этом разделе в обобщенном виде излагаются результаты работы студента на практике, фиксируются ее ключевые моменты, основные положения, указываются наиболее важные недостатки и представляются разработанные предложения по их исправлению.

Приложения к отчету включают различные документы, используемые в организации в процессе осуществления маркетинговых операций.

К отчету о прохождении студентом производственной, в том числе преддипломной практики прилагаются и составляют неотъемлемую обязательную часть:

1. Дневник прохождения практики (см. Приложение № 4).

2. Отзыв руководителя от базы практики о работе студента-практиканта (см. Приложение № 5).

Все перечисленные материалы должны быть надлежащим образом оформлены и заверены руководителем от базы практики.

Отчет представляется руководителю от Финансового университета для проверки не менее чем за неделю до окончания практики. Студент обязан защитить отчет по практике у руководителя практикой от кафедры. На защите отчета может присутствовать руководитель практики от организации.

К защите отчета допускаются студенты, полностью выполнившие программу практики.

В процессе защиты выявляется качественный уровень прохождения практики, профессиональное владение вопросами программы практики, видение практикантом недостатков в организации маркетинга, полученные новые знания, умения и практический опыт, приобретенные в процессе прохождения практики. Учитывается также качество оформления подготовленного отчета, глубина освещения вопросов, содержащихся в программе. По результатам защиты отчета ставится зачет.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время. Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению в установленном порядке из Финансового университета, как имеющие академическую задолженность.

Студенты, переведенные из других вузов, с других направлений подготовки и специальностей, направляются на практику в свободное от учебы время в соответствии с индивидуальным заданием, разработанным кафедрой «Маркетинг и логистика».

Оценки по всем видам практик приравниваются к оценкам по

теоретическому обучению и учитываются при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Зачет проходит в форме защиты отчета по практике перед комиссией, назначенной заведующим кафедрой. Защита отчета по практике, как правило, состоит в коротком докладе (8–10 минут) студента с представлением соответствующей презентации и в ответах на вопросы по существу отчета.

В результате защиты отчета по практике студент магистратуры получает зачет с оценкой. При оценке учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника и отчета по практике; отзывы руководителей практики от организации и кафедры; ответы на вопросы в ходе защиты отчета. Оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку студента и проставляется на титульном листе отчета о практике. Оценку зачета по практике вносят также в «Приложение к диплому специалиста».

Аттестация каждого студента по итогам производственной, в том числе преддипломной практики осуществляется при защите отчета на основе оценки решения обучающимся задач практики, приобретенных компетенций, знаний, умений и навыков, и выставляется дифференцированная оценка. Для получения зачета по практике студент должен набрать не менее 51 балла.

Раздел 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

7.1. «Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы»

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений и владений содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

2. Критерии оценивания компетенции

Компетенция ОПК-3: «Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования»

Таблица 4

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Высокий уровень 5 – отлично	Знать: - методы сбора маркетинговой информации по изучению возможностей предприятия. Уметь: - адаптировать знания о маркетинговых инструментах по анализу маркетинговой деятельности предприятия. Владеть: -методами оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на маркетинговую деятельность компании.	Пороговый уровень 3 – удовлетворительно
Знать: - методы сбора и анализа маркетинговой информации, используемые компанией для формирования товарного предложения; основные характеристики покупателя и моделирование покупательского поведения. Уметь: - адаптировать знания о маркетинговых инструментах по анализу деятельности компании, формирующих качественную и успешную работу компании ;использовать основные методы и инструменты по формированию модели покупательского поведения. Владеть: -методами оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность организации; навыками формирования покупательского поведения, в зависимости от сферы деятельности компании.	Знать: - методы сбора и анализа маркетинговой информации по изучению маркетинговой деятельности компании, используемые для формирования товарного предложения. Уметь: - адаптировать знания о маркетинговых инструментах по анализу деятельности компании, формирующих качественную и успешную ее работу; использовать основные методы и инструменты по формированию модели покупательского поведения. Владеть: -методами оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность организации.	Продвинутый уровень 4 – хорошо

Компетенция 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 »

Таблица 5

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
-----------------------	---------------------------------	------------------

Высокий уровень 5 – отлично	<p>Знать: - знать основные методы проведения маркетингового исследования;</p> <p>Уметь: - использовать традиционные методы маркетинговых исследований.</p> <p>Владеть: -основными способами проведения маркетингового исследования; -методами проведения маркетинговых исследований.</p>	Пороговый уровень 3 – удовлетворительно
<p>Знать: - знать основные понятия, сущность и методы проведения маркетингового исследования современного предприятия; - цели, задачи, виды маркетинговых исследований.</p> <p>Уметь: - использовать традиционные методы маркетинговых исследований; - эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении деятельности организации.</p> <p>Владеть: -основными способами проведения маркетингового исследования; -методами проведения маркетинговых исследований.</p>	<p>Знать: - знать основные методы проведения маркетингового исследования; -виды маркетинговых исследований.</p> <p>Уметь: -использовать традиционные методы маркетинговых исследований.</p> <p>Владеть: -основными способами проведения маркетингового исследования; -методами проведения маркетинговых исследований.</p>	Продвинутый уровень 4 – хорошо

Компетенция ДКМП-2: « Владеть методами стратегического анализа, маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса финансового маркетинга»

Таблица 6

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Высокий уровень 5 – отлично	Знать: - знать основные методы	Пороговый уровень

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать основные понятия, сущность и методы проведения маркетингового анализа финансовой организации; - цели, задачи, виды стратегического анализа и маркетингового управления. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать традиционные методы проведения маркетингового анализа финансовой организации; - эффективно использовать инструменты и методы стратегического анализа и маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса маркетинга при изучении деятельности финансовой организации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основными способами проведения данных исследований; -методами проведения исследований в области стратегического анализа и маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса маркетинга финансовой организации. 	<p>проведения маркетингового анализа финансовой организации</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -использовать традиционные методы маркетингового анализа. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основными способами проведения маркетингового анализа; -методами проведения маркетингового анализа. 	<p>3 – удовлетворительно</p>
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знать основные методы проведения стратегического анализа и маркетингового управления ; - виды стратегического анализа. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -использовать традиционные методы маркетинговых исследований. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными способами проведения данных исследований; -методами проведения исследований в области стратегического анализа и маркетингового управления маркетинга финансовой организации. 	<p>Продвинутый уровень 4 – хорошо</p>

Критерии оценки

Таблица 7

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка	Баллы
--	--------	-------

Знание и владение терминологией поведения потребителей, управления продажами, управления взаимоотношениями с клиентами, хорошее выполнение текущей работы в семестре.	<i>Зачтено</i>	<i>50-100</i>
Незнание значительной части материала по дисциплине, неумение сформулировать правильные ответы на вопросы в ходе зачета, невыполнение практических заданий, невыполнение текущей работы в семестре.	<i>Не зачтено</i>	<i>Менее 50</i>

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений

Компетенция ОПК-3: «Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования»

Таблица 8

Критерии оценивания компетенций	Типовые контрольные задания
Знания:	описание организационной структуры и характеристика органов управления компанией характеристика структуры маркетингового отдела компании, в котором проходила практика; описание основных задач, поставленных руководителем перед практикантом
Умения:	анализ деятельности маркетингового подразделения, выявление основных управленческих проблем и поиск путей их решения
Владения:	приобретение навыков самостоятельного научного исследования

Компетенция 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 »

Таблица 9

Критерии оценивания компетенций	Типовые контрольные задания
Знания:	Маркетинговое исследование отрасли, в которой функционирует финансовая организация, анализ внешней среды и конкурентное положение компании
Умения:	анализ конкурентного положения компании на рынке и анализ потребительского спроса
Владения:	краткая характеристика маркетинговой стратегии компании и описание бизнес – модели

Компетенция ДКМП-2: « Владеть методами стратегического анализа, маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса финансового маркетинга»

Таблица 10

Критерии оценивания компетенций	Типовые контрольные задания
Знания:	разработка программы, методов и инструментов проведения практического исследования и анализа результатов
Умения:	анализ эффективности и результативности маркетинговой деятельности компании, анализ применяемых маркетинговых стратегий финансовой организации
Владения:	анализ и систематизация информации, используемой для написания магистерской диссертации

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений

Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Раздел 8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

При прохождении производственной, в том числе преддипломной практики предлагается для изучения следующая литература.

Основная литература:

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.93 г.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 от 30.11.94 г. № 51-ФЗ, Ч. 2 от 26.01.96 № 14-ФЗ.
3. Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06 мая 1998 г. № 70-ФЗ.
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ (с учетом дополнений и изменений).

5. Деньги, кредит, банки: Учебник / О.И. Лаврушин [и др.]; Финуниверситет; под ред. О.И. Лаврушина. – 12-е изд., стер. – М.: Кнорус. – 2014. – 489 с.

6. Финансовый маркетинг: теория и практика: Учебник для магистров /О.А. Артемьева [и др.]; Под общ. ред. С.В. Карповой. - М.: Юрайт, 2015. – 424 с.

Дополнительная литература:

1. Банковский менеджмент: Учебник / коллектив авторов; Под ред. О.И. Лаврушина. – 4-е изд., стер. – М.: Кнорус. - 2011. – 560 с.

2. Глоссарий по маркетингу: Учебное пособие для бакалавров. /Под общ. ред. С.В. Карповой, Н.И. Перцовского; Отв. ред. И.А. Фирсова. – М.: Палеотип, 2013. – 336 с.

3. Маркетинг и современность: Сборник научных статей. /Под общей ред. С.В. Карповой; Отв. ред. О.Н. Романенкова. – М.: Палеотип, 2013. – 468 с.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Министерство финансов Российской Федерации – //http:www.minfin.ru

2. Министерство экономического развития Российской Федерации – //http:www.economy.gov.ru

3. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека – //http:www.rospotrebnadzor.ru

4. Федеральная служба государственной статистики – //http:www.gks.ru

5. Федеральная таможенная служба – //http:www.customs.ru

Периодические издания: Банковское обозрение, Компания, Маркетинг и маркетинговые исследования, Маркетинг в России и за рубежом, Практический маркетинг, РИСК, Российское предпринимательство, Управление сбытом, Управление продажами, Эксперт.

Раздел 9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики, включая перечень необходимого

программного обеспечения и информационных справочных систем(при необходимости)

- Программное обеспечение: пакет офисных программ Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint).

- Информационные справочные системы: информационно-правовые программы «Консультант Плюс», «Гарант»

Раздел 10. Описание Материально-техническая база, необходимая для проведения производственной практики

- Учебно-лабораторное оборудование: персональный компьютер, проектор;

- Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов, размещенные на портале Финуниверситета и доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).

Приложения

Приложение 1

Образец гарантийного письма (на бланке организации)

Зав. кафедрой
«Маркетинг и логистика»
_____/И.О. Фамилия/
(подпись)

Уважаемая _____!

Сообщаем Вам (Доводим до Вашего сведения), что студенту(ке) факультета _____ Иванову Ивану Ивановичу (группа _____) будет предоставлена возможность пройти с _____ по _____ 20__ года (указывается период проведения практики в соответствии с приказом) производственную преддипломную практику в КБ «Авангард» в соответствии с требованиями программы практики. Все необходимые материалы (не представляющие коммерческую тайну) для выполнения программы практики, написания отчета и подготовки магистерской диссертации будут предоставлены.

Руководитель отдела, службы и т.д.

/И.О. Фамилия, подпись/

/печать организации/

Примечание:

Гарантийное письмо должно быть выполнено на фирменном бланке организации, зарегистрировано (т.е. иметь исходящий номер и дату регистрации) и заверено печатью. Письмо пишется на имя заведующего кафедрой, осуществляющей руководство практикой студента.

Структура отчета.

1. Титульный лист (с указанием вида практики, руководителя практики от кафедры, руководителя практики от организации и их подписей).
2. Характеристика организации (подразделения организации), в которой студент проходил практику.
3. Характеристика проделанной студентом работы (в соответствии с целями и задачами программы практики).
4. Новые знания, умения, практический, в т.ч. социальный опыт, приобретенные в процессе практики.

Образец титульного листа Отчета по производственной, в том числе преддипломной практике:

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

Кафедра «Маркетинг и логистика»

О Т Ч Е Т

**по производственной, в том числе преддипломной практике
(программа подготовки магистров)**

Выполнил (а): _____

Студент (ка) _____ группы, _____ факультета

Руководитель практики от Финуниверситета:

/уч. степень, звание, должность, Ф.И.О./

Оценка: _____

Руководитель
от базы практики: Президент (начальник
управления, отдела) КБ «Авангард»

Петров И.И.

/уч. степень, звание, должность, Ф.И.О./

« _____ » _____ 20__ г.

Москва 20__ г.

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

Кафедра «Маркетинг и логистика»

Д Н Е В Н И К

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ
ПРАКТИКИ СТУДЕНТА МАГИСТРАТУРЫ**

Москва 20__ г.

Студент _____
(Фамилия Имя Отчество)
курс, группа _____ факультет _____
направляется в _____
(правовая форма и название организации)

1. Календарные сроки практики

По учебному плану начало _____ окончание _____
Дата прибытия на практику « ____ » _____ 20__ г.
Дата выбытия с места практики « ____ » _____ 20__ г.

2. Руководитель практики от Финансового университета

Кафедра «Маркетинг и логистика»
Ученое звание _____
Должность _____
Фамилия _____
Имя _____
Отчество _____

3. Руководитель практики от организации

Ученое звание _____
Должность _____
Фамилия _____
Имя _____
Отчество _____

Ежедневные записи студента по прохождению практики

Дата	Описание работы, выполненной студентом	Отметка руководителя практики от организации
__._.20__ г.	Ознакомление с организационной структурой маркетинговой службы КБ «Авангард», изучение особенностей финансового рынка	Выполнено _____ (подпись)
	Ознакомление с должностными обязанностями работников маркетингового отдела, краткая характеристика должностных обязанностей и т.д.	Выполнено _____ (подпись)
	Краткая характеристика	Выполнено _____ (подпись)

ГРАФИК

Прохождение _____

/название организации-базы практики/

Практики _____

/название вида практики/

№ п/п	Этапы и разделы практики	Управление, отдел	Выполняемая работа по должности	Продолжительность в днях
1.	1 этап	отдел информации	сбор информации	2 дня
2.		отдел маркетинга		
		отдел сбыта		

Руководитель практики от кафедры _____

/подпись, И.О. Фамилия/

Руководитель практики от организации _____

/подпись, И.О. Фамилия/

/печать организации/

Образец отзыва

О Т З Ы В

руководителя производственной, в том числе преддипломной практики
о работе студента магистратуры Иванова Ивана Ивановича

Студент Финансового университета, Иванов И.И. проходил производственную,
в том числе преддипломную практику с «___» _____ по «___» _____ 20__ года в
КБ «Авангард», на базе отдела маркетинга.

Далее в отзыве отмечается:

- полнота и качество выполнения студентом программы практики,
- отношение студента к работе,
- характеристики: инициативность, творческая активность, способность генерировать рекомендации, направленные на решение профессиональных проблем логиста,
- овладение производственными навыками,
- трудовая дисциплина.

В отзыве также должна быть обозначена **степень личного участия** в выполнении содержательной части программы и отдельных видов маркетинговых процессов организации.

Зам. генерального директора КБ «Авангард» _____ /И.О. Фамилия/

/подпись/

/печать организации/

Примечание:

Отзыв выполняется на фирменном бланке (при его наличии у организации), должен быть зарегистрирован (т.е. иметь исходящий номер и дату регистрации) и заверен печатью. При этом печатью заверяется лишь подлинность подписи лица подписавшего отзыв. Объем отзыва – не более двух страниц.