

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

**Калужский филиал Финуниверситета
Факультет «Экономика и бизнес-технологий»
Кафедра «Менеджмент и маркетинг»**

СОГЛАСОВАНО

Калужская коммерческо- посредническая
компания «Калугаглавснаб»

(наименование организации)

генеральный директор

(должность представителя организации)

Лисичко О.А.

(подпись представителя организации)

(ФИО)

«05» июля 2016 г.



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Калужского филиала
Финуниверситета

Т.Э. Пирогова

«05» июля 2016 г.

О.М. Орловцева

**Программа производственной, в т.ч. преддипломной
практики**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №15 от 27 июня 2019 г.)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Калужского филиала
Финуниверситета
(протокол №10 от 26 июня 2019 г.)*

Калуга 2019

Программа производственной, в т.ч. преддипломной практики для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02-Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Программа определяет перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, цели и задачи практики и требования к результатам ее прохождения. В программе представлены содержание, формы отчетности, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике.

Рецензенты:

Горбатов А. В. - зав. кафедрой «Экономическая безопасность» Калужского филиала Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), к.э.н.

Князева И.В. – доцент кафедры «Финансы и кредит» Калужского филиала Финуниверситета, к.э.н.


СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по учебно-методической работе  /Полудникова О.В./
04 июля 2016 г.

Начальник учебного отдела  /Толстикова В.С./
04 июля 2016 г.

Начальник методического отдела  /Бекесова В.П./
04 июля 2016 г.

Заведующий библиотекой  /Бороздина Е.А./
04 июля 2016 г.

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»  /Орловцева О.М./
(подпись)
04 июля 2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Стр.

1. Наименование вида практики, способа и формы (форм) ее проведения
2. Цели и задачи практики
3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
4. Место практики в структуре образовательной программы
5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических часах
6. Содержание практики
7. Формы отчетности по практике
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике
 - 8.1 Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
 - 8.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 8.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.
 - 8.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики
 - 9.1 Нормативные акты
 - 9.2 Основная литература
 - 9.3 Дополнительная литература
 - 9.4 Интернет-ресурсы
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики
12. Приложения

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

Производственная, в т.ч. преддипломная практика.

Производственная, в т.ч. преддипломная практика является обязательным разделом основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02-Менеджмент, профиль «Маркетинг» для заочной формы обучения, и представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

В рамках прохождения производственной, в том числе преддипломной практики были освоены следующие ее типы: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; преддипломная практика, проводимая для выполнения выпускной квалификационной работы и являющаяся обязательной.

Производственная, в т.ч. преддипломная практика проводится дискретно, стационарным и выездным способом на базе организаций, осуществляющих коммерческую деятельность, в том числе:

- организации любых отраслей, организационно-правовых форм и форм собственности, в т.ч. совместные и иностранные предприятия на территории РФ;
- департаменты финансов, развития производственных и торговых организаций;
- финансовые отделы производственных и торговых организаций, организаций сферы услуг;
- организации, специализирующиеся на профессиональном аутсорсинге финансовой деятельности;
- экспертно-аналитические отделы, службы;
- другие организации.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

2. Цели и задачи практики

Цель производственной, в т.ч. преддипломной практики реализуется в рамках программы и индивидуального задания, соответствующих будущей профессиональной и организационно-управленческой деятельности.

Цель прохождения производственной, в т.ч. преддипломной практики студентами - систематизация, обобщение, закрепление и углубление теоретических знаний и умений, приобретённых студентами при освоении основной образовательной программы в области организации финансового менеджмента в компании.

Задачами производственной в т.ч. преддипломной практики являются:

- закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиль «Маркетинг»;

- закрепление умений использования методов аналитической и исследовательской работы для выявления резервов, совершенствования системы управления в соответствии с тенденциями социально-экономического развития;

- закрепление опыта, навыков, развитие умений самостоятельной работы с нормативно-правовой, нормативно-методической и справочной литературой, статистической, управленческой и бухгалтерской отчетностью, сведениями, данными о функционировании систем управления на различных уровнях государственной власти;

- овладение профессиональными навыками работы и решения практических задач;

- приобретение студентами практического опыта работы в коллективе;

- сбор материалов для выполнения выпускной квалификационной (бакалаврской) работы;

- изучение и анализ внешних и внутренних условий деятельности организации, специфики ведения бизнеса и особенностей системы управления;

- ознакомление с правовыми, нормативными, организационно-распорядительными документами и внутренними стандартами и другими документами, которыми руководствуется в своей деятельности компания при осуществлении деятельности;

- ознакомление, изучение и практическое освоение основных направлений проведения финансовой работы по управлению денежным оборотом и финансами в организации;

- приобретение и закрепление новых навыков в сфере организации финансов и процессов управления ими, необходимых для формирования востребованного работодателем специалистом по финансовому менеджменту;

- подготовка письменного отчета о результатах прохождении производственной практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Производственная, в т.ч. преддипломная практика обеспечивает формирование следующих профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент профиль «Маркетинг» (заочная форма обучения).

Код компетенции	Наименование компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
СК – 1	Способность применять полученные знания на практике	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - алгоритм использования понятийного аппарата для решения конкретной профессиональной задачи. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать возможные риски в современной экономике, их социально-экономические последствия и пути их преодоления. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процедурой принятия экономических решений.
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	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей; - цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать традиционные методы маркетинговых исследований потребительского поведения; - эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными способами проведения маркетингового исследования; - методами проведения маркетинговых исследований в данной сфере.
ПКП – 3	Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цен, осуществлять корректировку цен на основе исследования рыночной конъюнктуры»	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы действующего законодательства, регулирующего денежные и финансовые отношения организации базы-практики; - методический инструментарий, используемый при построении финансовых прогнозов и анализе финансового состояния компании; - методики анализа факторов риска и причин кризисов в деятельности фирмы; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, иные информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния организации, используя современные методы и показатели такой оценки; составлять прогнозы, обосновывать их во взаимосвязи со стратегиями, приоритетами и целями развития компании; анализировать внешнюю и внутреннюю среду коммерческой организации, выявляя ключевые факторы риска и оценивая их влияние; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методами оценки эффективности финансовой деятельности коммерческой организации; навыками по обобщению, анализу и сбору необходимой для управления рисками информации
ПКП – 4	Способность разрабатывать сбытовую	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные элементы процесса восприятия потребителем

	политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг	информации; – основные характеристики мотивации потребителя к покупке; Уметь: – использовать характеристики механизма принятия решения потребителем о покупке; 7 – использовать основные методы и инструменты по формированию сбытовой политики организации; Владеть: - понятийным аппаратом в области восприятия потребителем информации о товаре; – навыками формирования маркетинговой стратегия организации в области сбыта продукции.
ПКП - 5	Способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	Знать: – основные понятия, сущность и основные особенности современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей Уметь: – формировать портрет потребителя; – эффективно использовать инструменты и методы воздействия на поведение потребителей; Владеть: – понятийным аппаратом в области поведения потребителей; – принципами формирования современного покупательского поведения.

4. Место практики в структуре образовательной программы

По направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг» производственная, в том числе преддипломная практика для студентов заочной формы обучения (год набора 2016) относится к Блоку 2 «Практика и НИР».

Для прохождения производственной, в том числе преддипломной практики обучающиеся должны обладать знаниями по следующим дисциплинам: «Стратегический менеджмент», «основы бизнеса», «Маркетинг», «Управление денежными потоками», «Управление оборотным капиталом», «Финансирование бизнеса», «Основы финансового риск – менеджмента»; дисциплины вариативной части «Инструменты маркетинговых исследований в организации», «Управление финансовым оздоровлением организации», «Финансовая среда предпринимательства в России», «Закупочная логистика», «Методы принятия финансовых решений», «Управление структурой капитала», «Финансовый маркетинг», «Оценка стоимости бизнеса» и другие предполагающие проведение лекций и семинаров с обязательным итоговым контролем в форме экзамена или зачета.

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

Конкретные сроки прохождения производственной, в том числе преддипломной практики устанавливаются Приказом по филиалу в соответствии с Рабочим учебным планом. Вид промежуточной аттестации -

дифференцированный зачет, проводимый в форме защиты отчета по производственной практике.

	заочная форма направление 38.03.02 - Менеджмент профиль «Маркетинг»
Объем практики в зачетных единицах	9 з.е. (в академических часах – 324 часа)
Продолжительность преддипломной практики в неделях	6
Вид промежуточной аттестации	9 семестр дифференцированный зачет

6. Содержание практики

Производственная, в том числе преддипломная практика состоит из следующих видов деятельности основных задач для решения профессиональных задач

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов
1. Подготовительный этап	1.1. Инструктаж по общим вопросам. Экскурсия по предприятию (учреждению). Знакомство с руководителями и специалистами. Определение рабочего места, распорядка дня и служебных обязанностей студента-практиканта	2
	1.2. Составление плана работы	4
	1.3. Изучение студентами документов организации (учредительных документов, организационной структуры, внутренних регламентных документов, имеющих лицензий на осуществление видов деятельности, финансовой отчетности и др.)	4
2. Научно-исследовательский этап	2.1. Исследование организации, как объекта управления	30
	2.2 Анализ финансово-экономической деятельности организации (охарактеризовать стратегию, проанализировать жизненный цикл компании, определить этап, на котором находится компания, дать оценку основным показателям эффективности и результативности деятельности компании, соответствующим данной стадии жизненного цикла; анализ структуры и качества привлеченных ресурсов, структура доходов и расходов, прибыльность, порядок распределения прибыли; оценка ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости)	50
	2.3. Выявление финансовых проблем, решаемых организацией	30
	2.4. Подготовка материалов для ВКР.	44
3. Заключительный	3.1 Анализ порядка формирования, мер по	40

этап	реализации, эффективности проведения и т.д.	
	3.2 Разработка предложений в области управления финансовой устойчивости организации и повышению платежеспособности организации (в т.ч. прогнозирование результатов деятельности компании, ее положения на рынке, после внедрения предложений)	60
	3.3 Разработка мероприятий по повышению рыночной стоимости компании	60
ИТОГО		324

К прохождению производственной, в том числе преддипломной практике допускаются студенты, успешно сдавшие все предусмотренные учебным планом теоретические дисциплины.

По итогам практики проводится промежуточная аттестация в виде защиты обучающимся выполненного отчета, оформленного в соответствии с правилами и требованиями, установленными Финансовым университетом. Отчет о практике должен содержать ответы на основные вопросы, поставленные в ходе практики, в соответствии с программой практики.

Общее методическое руководство производственной практикой студентов осуществляет кафедра «Менеджмент и маркетинг». На руководителя практики от кафедры возлагается ответственность за процесс прохождения практики студентом - от выдачи задания до своевременной защиты отчета по практике.

Места прохождения практики определяются руководителем практики от кафедры по согласованию со студентами. Производственная практика проводится, как правило, в организациях, с которыми Калужским филиалом Финансового университета заключены соглашения (договоры), предусматривающие предоставление мест для прохождения практики студентам Калужского филиала Финансового университета. С целью выбора базы практики из числа организаций, предлагаемых Калужским филиалом Финансового университета, студент обязан не позднее, чем за 2 месяца до начала практики подать на кафедру «Менеджмент и маркетинг» 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.

В процессе прохождения практики студент обязан:

- прибывать на место прохождения практики в строго установленные сроки;
- соблюдать календарные сроки прохождения практики;

- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка объекта практики, правила охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии;
- выполнять работы, предусмотренные содержанием практики;
- собрать, систематизировать и обобщить материал, необходимый для составления отчета по практике;
- подготовить отчет о практике и представить его на подпись руководителю практики от организации;
- защитить отчет по практике (в соответствии с графиком защиты).

7. Формы отчетности по практике

Отчетность по итогам прохождения производственной, в т.ч. преддипломной практики включает в себя:

- дневник прохождения практики (Приложение 2);
- календарный план (Приложение 3);
- отзыв руководителя с места прохождения практики (Приложение 4);
- индивидуальное задание (Приложение 5);
- отчет прохождения практики;
- направление на практику (выдается деканатом).

В дневнике прохождения практики отражается проделанная студентом работа за каждый день прохождения практики, в строгом соответствии с индивидуальным заданием, полученным от научного руководителя и индивидуальным календарным планом, составленным студентом самостоятельно до начала прохождения практики. Календарный план оформляется в виде таблицы, содержит данные о виде, сроках и месте исполняемых работ в организации. По окончании практики дневник и календарный план подписывается руководителем по месту прохождения практики. Без дневника и календарного плана практика не засчитывается.

Отчет прохождения практики должен отражать результаты научно-исследовательской работы студента, осуществленной на месте ее прохождения. Данный отчет является итоговым документом, который включает данные выполненного индивидуального задания, данные по тематическим разделам и содержанию практики, выводы по анализу финансово-хозяйственной деятельности организации-места прохождения практики, направления совершенствования финансово-хозяйственной деятельности организации-места прохождения практики.

Титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями и включать следующие элементы (Приложение 1): название вуза, факультета, кафедры, вид работы, название организации, фамилию, имя, отчество исполнителя, курс и группу, в которой он учится, фамилию, имя, отчество руководителя от организации и руководителя от Калужского филиала Финуниверситета, его научную степень и звание, место и год выполнения работы.

Вся отчетная документация должна быть оформлена в соответствии с Методическими рекомендациями по оформлению курсовых и выпускных квалификационных (дипломных) работ. Объем отчета составляет 20 - 25 страниц машинописного текста (полуторный интервал). Приложения к отчету не включаются в общий объем работы. Количество Приложений не ограничено. При этом необходимо помнить, что в Приложениях не следует помещать материал, являющийся основным для доказательства научных гипотез и подтверждения выводов, полученных по итогам научно-исследовательской деятельности на практике. Невыполнение требований к оформлению отчета, включая его минимальный и максимальный объем, может привести к снижению итоговой оценки по результатам практики студента.

Рекомендуемая структура отчета:

Введение

Описание научно-исследовательского этапа.

Характеристика организации-места прохождения практики.

Приведение результатов практических исследований, с подробным описанием методики проведенного исследования; построение эконометрической и прогностической модели оценки объекта.

Итоговые выводы и результаты, проектирование деятельности объекта исследования.

Рекомендации по совершенствованию деятельности организации-места проведения практики.

Сведения об участии в научных конференциях и публикациях по направлению научно-исследовательской практики.

Заключение.

Приложения.

Дневник прохождения практики

Календарный план

Отзыв руководителя с места прохождения практики

Индивидуальное задание

Направление на практику

Отчет о прохождении практики студент обязан предоставить на кафедру для проверки и последующей защиты в соответствующие сроки, определенные графиком учебного процесса на соответствующий учебный год.

Конкретные даты начала производственной практики, закрепление студентов бакалавров за базами практики, сроки защиты отчета по практике определяются приказом Ректора Финансового университета и проводится в соответствии с графиком проведения учебного процесса в Калужском филиале Финуниверситета.

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

8.1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций формируемых в процессе практики содержится, в разделе 3 «Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы».

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показателями оценивания компетенций являются наиболее значимые знания, умения и владения, которые формирует данный вид практики.

В качестве шкалы оценивания предлагаются три уровня освоения компетенций (пороговый, продвинутый, высокий), каждый из которых описывается посредством критериев оценивания.

Критерии оценивания определяются в соответствии со шкалами оценивания:

оценка 5 «отлично» и «зачтено» соответствует высокому уровню сформированное компетенции;

оценка 4 «хорошо» и «зачтено» соответствует продвинутому уровню сформированное компетенции;

оценка 3 «удовлетворительно» и «зачтено» соответствует пороговому уровню сформированное компетенции;

оценка 2 «неудовлетворительно» и «незачтено» - компетенция не сформирована.

Оценка уровня сформированности компетенции

СК – 1 Способность применять полученные знания на практике

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
СК – 1 Способность применять полученные знания на практике		
Знать: - алгоритм использования понятийного аппарата для решения конкретной профессиональной задачи. Уметь: - прогнозировать возможные риски в современной экономике, их социально-экономические последствия и пути их преодоления. Владеть : - процедурой принятия экономических решений.	Знать: - алгоритм использования понятийного аппарата для решения конкретной профессиональной задачи. Уметь: - прогнозировать возможные риски. Владеть: - процедурой принятия экономических решений.	Пороговый уровень – 20 баллов
	Знать: - алгоритм использования понятийного аппарата для решения конкретной профессиональной задачи. Уметь: - прогнозировать возможные риски в современной экономике. Владеть: - процедурой принятия экономических решений.	

	<p>Знать: - алгоритм использования понятийного аппарата для решения конкретной профессиональной задачи.</p> <p>Уметь: - прогнозировать возможные риски в современной экономике, их социально- экономические последствия и пути их преодоления.</p> <p>Владеть: - процедурой принятия экономических решений.</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>
--	--	---

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

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>Знать: основные направления - основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей; Уметь: - использовать традиционные методы маркетинговых исследований потребительского поведения; – эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей; Владеть - основными способами проведения маркетингового исследования; – методами проведения маркетинговых исследований в данной сфере.</p>	<p>Знать: основные направления - основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей; Уметь: - использовать традиционные методы маркетинговых исследований потребительского поведения; Владеть - основными способами проведения маркетингового исследования;</p>	<p>Пороговый уровень – 20 баллов</p>
	<p>Знать: основные направления - основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей; Уметь: - использовать традиционные методы маркетинговых исследований потребительского поведения; – эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей; Владеть - основными способами проведения маркетингового исследования;</p>	<p>Продвинутый уровень - 40 баллов</p>
	<p>Знать: основные направления - основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей; Уметь: - использовать традиционные методы маркетинговых исследований потребительского поведения; – эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей; Владеть - основными способами проведения маркетингового исследования; – методами проведения маркетинговых исследований в данной сфере.</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>

ПКП – 3 Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цен, осуществлять корректировку цен на основе исследования рыночной конъюнктуры»

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>Знать: – основы действующего законодательства, регулирующего денежные и финансовые отношения организации базы-практики; – методический инструментарий, используемый при построении финансовых прогнозов и анализе финансового состояния компании; методики анализа факторов риска и причин кризисов в деятельности фирмы; Уметь: – анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную</p>	<p>Знать: – основы действующего законодательства, регулирующего денежные и финансовые отношения организации базы-практики; Уметь: – анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, иные информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния организации, используя современные методы и показатели такой оценки; Владеть : – современными методами оценки эффективности финансовой деятельности коммерческой организации;</p>	<p>Пороговый уровень – 20 баллов</p>

<p>информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, иные информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния организации, используя современные методы и показатели такой оценки; составлять прогнозы, обосновывать их во взаимосвязи со стратегиями, приоритетами и целями развития компании; анализировать внешнюю и внутреннюю среду коммерческой организации, выявляя ключевые факторы риска и оценивая их влияние;</p> <p>Владеть : – современными методами оценки эффективности финансовой деятельности коммерческой организации; навыками по обобщению, анализу и сбору необходимой для управления рисками информации</p>	<p>Знать: – основы действующего законодательства, регулирующего денежные и финансовые отношения организации базы-практики; – методический инструментарий, используемый при построении финансовых прогнозов и анализе финансового состояния компании; методики анализа факторов риска и причин кризисов в деятельности фирмы;</p> <p>Уметь: – анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, иные информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния организации, используя современные методы и показатели такой оценки; составлять прогнозы, обосновывать их во взаимосвязи со стратегиями, приоритетами и целями развития компании; анализировать внешнюю и внутреннюю среду коммерческой организации, выявляя ключевые факторы риска и оценивая их влияние;</p> <p>Владеть : – современными методами оценки эффективности финансовой деятельности коммерческой организации;</p>	<p>Продвинутый уровень - 40 баллов</p>
	<p>Знать: – основы действующего законодательства, регулирующего денежные и финансовые отношения организации базы-практики; – методический инструментарий, используемый при построении финансовых прогнозов и анализе финансового состояния компании; методики анализа факторов риска и причин кризисов в деятельности фирмы;</p> <p>Уметь: – анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, иные информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния организации, используя современные методы и показатели такой оценки; составлять прогнозы, обосновывать их во взаимосвязи со стратегиями, приоритетами и целями развития компании; анализировать внешнюю и внутреннюю среду коммерческой организации, выявляя ключевые факторы риска и оценивая их влияние</p> <p>Владеть : – современными методами оценки эффективности финансовой деятельности коммерческой организации; навыками по обобщению, анализу и сбору необходимой для управления рисками информации</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>

ПКП 4- Способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>Знать: – основные элементы процесса восприятия потребителем информации; – основные характеристики мотивации потребителя к покупке;</p> <p>Уметь: – использовать характеристики механизма принятия решения потребителем о покупке; – использовать основные методы и инструменты по формированию сбытовой политики организации;</p> <p>Владеть - понятийным аппаратом в области восприятия потребителем информации о товаре;</p> <p>– навыками формирования маркетинговой стратегии организации в области сбыта продукции.</p>	<p>Знать: основные элементы процесса восприятия потребителем информации;</p> <p>Уметь: использовать характеристики механизма принятия решения потребителем о покупке;</p> <p>Владеть понятийным аппаратом в области восприятия потребителем информации о товаре;</p>	<p>Пороговый уровень – 20 баллов</p>
	<p>Знать: основные элементы процесса восприятия потребителем информации; основные характеристики мотивации потребителя к покупке;</p> <p>Уметь: использовать характеристики механизма принятия решения потребителем о покупке; использовать основные методы и инструменты по формированию сбытовой политики организации;</p> <p>Владеть - понятийным аппаратом в области восприятия потребителем информации о товаре.</p>	<p>Продвинутый уровень - 40 баллов</p>
	<p>Знать: – основные элементы процесса восприятия потребителем информации; – основные характеристики мотивации потребителя к покупке;</p> <p>Уметь: – использовать характеристики механизма принятия решения потребителем о покупке; – использовать основные методы и инструменты по формированию сбытовой политики организации;</p> <p>Владеть - понятийным аппаратом в области восприятия потребителем информации о товаре;</p> <p>– навыками формирования маркетинговой стратегии организации в области сбыта продукции.</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>

ПКП – 5 Способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>Знать: – основные понятия, сущность и основные особенности современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей</p> <p>Уметь: – формировать портрет потребителя; – эффективно использовать инструменты и методы воздействия на поведение потребителей;</p> <p>Владеть : – понятийным аппаратом в области поведения потребителей</p>	<p>Знать: – основные понятия, сущность и основные особенности современного поведения потребителей;</p> <p>Уметь: – формировать портрет потребителя;</p> <p>Владеть : – понятийным аппаратом в области поведения потребителей;</p>	<p>Пороговый уровень – 20 баллов</p>
<p>Знать: – основные понятия, сущность и основные особенности современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей</p> <p>Уметь: – формировать портрет потребителя; – эффективно использовать инструменты и методы воздействия на поведение потребителей;</p> <p>Владеть : – понятийным аппаратом в области поведения потребителей; – принципами формирования современного покупательского поведения.</p>	<p>Знать: – основные понятия, сущность и основные особенности современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей</p> <p>Уметь: – формировать портрет потребителя; – эффективно использовать инструменты и методы воздействия на поведение потребителей;</p> <p>Владеть : – понятийным аппаратом в области поведения потребителей.</p>	<p>Продвинутый уровень - 40 баллов</p>
	<p>Знать: – основные понятия, сущность и основные особенности современного поведения потребителей; – цели, задачи, виды и направления современного поведения потребителей</p> <p>Уметь: – формировать портрет потребителя; – эффективно использовать инструменты и методы воздействия на поведение потребителей;</p> <p>Владеть : – понятийным аппаратом в области поведения потребителей; – принципами формирования современного покупательского поведения.</p>	<p>Высокий уровень – 60 баллов</p>

Зачет (дифференцированный) по практике выставляется студенту при условии сформированности по каждой компетенции как минимум порогового уровня.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Формой промежуточного контроля является зачет. Оценка знаний студентов осуществляется с учетом:

- оценки за работу в процессе практики;
- оценки итоговых знаний в ходе зачета.

Перечень вопросов к зачету

1. Особенности современной институциональной среды бизнеса.
2. Финансовые аспекты современного бизнеса.
3. Финансовые модели фирмы.
4. Роль стоимости/ценности бизнеса в системе стратегических целей фирмы.
5. Сущность финансового механизма фирмы.

6. Роль финансовой механизма обеспечения эффективного развития организации.
7. Роль финансовой отчетности в стратегическом управлении фирмой.
8. Взаимосвязь стратегических и тактических финансовых показателей.
9. Ключевые финансовые мультипликаторы.
10. Интегральные критерии оценки эффективности бизнеса.
11. Концепция чистой приведенной стоимости в стратегическом управлении бизнесом.
12. Стратегия устойчивого роста фирмы.
13. Факторные модели финансового анализа.
14. Свободный денежный поток, его роль в управлении фирмой.
15. Прогнозирование финансовых показателей.
16. Финансовая политика фирмы.
17. Сущность ценностно-ориентированного (стоимостного) подхода к управлению бизнесом.
18. Схема создания ценности бизнеса.
19. Модели оценки стоимости операций и акционерного капитала фирмы.
20. Принципы и этапы разработки системы показателей оценки эффективности бизнеса.
21. Ключевые факторы в цепочке создания стоимости фирмы.
22. Формирование и разработка стратегии роста стоимости фирмы.
23. Управление эффективностью бизнеса.
24. Интеграция подходов ССП и VBM в процессе построения системы управления стоимостью фирмы.
25. Виды финансового риска.
26. Подходы к управлению рисками.
27. Методы и инструменты управления финансовым риском.
28. Деловой и финансовый риск организации.
29. Операционный и финансовый рычаг.
30. Систематический и несистематический риск.
31. Модель CAPM.
32. Модель «затраты - объем продаж - прибыль» (CVP).
33. Построение системы управления риском в организации.
34. Роль управленческих опционов в стратегическом и финансовом менеджменте.
35. Виды и классификация управленческих опционов.
36. Опционы на стороне активов и пассивов фирмы.
37. Модели оценки стоимости опционов.
38. Выявление реальных опционов, факторы, влияющие на их ценность.
39. Адаптация моделей оценки стоимости опционов к оценке в реальном бизнесе.
40. Практические аспекты применения реальных опционов в решении задач стратегического управления.
41. Финансовая стратегия и политика фирмы.

42. Понятие структуры и стоимости капитала.
43. Средневзвешенная стоимость капитала.
44. Теории структуры капитала:
45. Факторы, влияющие на выбор источников финансирования.
46. Методика «анализ EBIT-EPS».
47. Дивидендная политика и ее взаимосвязь со стоимостью организации.
48. Влияние структуры капитала и дивидендной политики на стратегию развития фирмы.
49. Специфика финансирования российских предприятий.
50. Роль политики финансирования в управлении агентскими конфликтами.
51. Рейтинги кредитоспособности.
52. Особенности дивидендной политики организаций в Российской Федерации.
53. Сущность и виды агентских конфликтов в фирме.
54. Агентские издержки, их влияние на стоимость фирмы.
55. Традиционные финансовые методы стимулирования и вознаграждения.
56. Модели мотивации, ориентированные на финансовый результат.
57. Управленческие опционы.
58. Проблемы и финансовые методы разрешения агентских конфликтов.
59. Бонус-планы.
60. Участие менеджеров в капитале компании.

8.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций

Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня сформированности компетенций студентов в процессе прохождения практики.

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

9.1 Нормативные акты

1. Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (с дополн. и измен.)
2. Налоговый кодекс (часть первая, часть вторая) (с дополн. и измен.)
3. Федеральный закон РФ от 26.12.1995 г. № 218-ФЗ «Об акционерных обществах» (с дополн. и измен.)
4. Федеральный закон РФ от 29.10.1998 г. № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с дополн. и измен.)

5. Федеральный закон от 25.02.1999г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (с дополн. и измен.)

6. Федеральный закон РФ от 16.10.2002г., № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (с дополн. и измен.)

7. Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 г. №367 «Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа»

8. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99. Министерство финансов Российской Федерации. Приказ от 6 мая 1999 г. № 32н.

9. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99. Министерство финансов Российской Федерации. Приказ от 6 мая 1999 г. № 33н.

9.2 Основная литература

1. Инвестиционный менеджмент: учебник / Н.Д. Гуськова, И.Н. Краковская, Ю.Ю. Слушкина, В.И. Маколов. — М.: КноРус, 2016. — 437 с.
2. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент: учебник/ И.Я. Лукасевич: М-во образ. и науки РФ - 3-е изд. испр. — М.: Национальное образование, 2013.-768с.
3. Румянцева Е.Е. Финансовый менеджмент. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.:Юрайт, 2016

9.3 Дополнительная литература

1. Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: Учебник для бакалавров / М.В. Воронина. — М.: ИТК Дашков и К, 2016. — 400 с.
2. Кириченко, Т.В. Финансовый менеджмент: Учебник / Т.В. Кириченко. — М.: Дашков и К, 2016. — 484 с.
3. Приходько Е.А. Краткосрочная финансовая политика: учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 332 с.
4. Инвестиционный менеджмент: Учебник/С.Е.Метелев, В.П.Чижик, С.Е. Елкин - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 288 с.
5. Инвестиционный менеджмент: учебное пособие / В.В. Мищенко под ред. и др. — М.: КноРус, 2015. — 392 с.

9.4 Интернет - ресурсы

1. «Клерк.Ру» - нормативная информация и мониторинг изменений законодательства, статьи из свежих выпусков бухгалтерских журналов и мн. др. - <http://www.klerk.ru/buh/>
2. <http://elibrary.ru> – сайт научной электронной библиотеки.
3. <http://www.consultant.ru> – сайт справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

4. <http://www.garant.ru> – сайт справочно-правовой системы «Гарант».
5. www.afdanalyse.ru

10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).

1. Система профессионального анализа рынка и компаний СПАРК - <http://www.spark-interfax.ru/>
2. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>
3. Портал «Технологии корпоративного управления ITeam» - <http://www.iteam.ru>
4. Информационные технологии в финансах - www.it-finance.com
5. Сайт компании Bloomberg - <http://www.bloomberg.com/>
6. Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг: <http://www.rbk.ru>

11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения производственной, в т.ч. преддипломной практики

Для осуществления образовательного процесса по практике используются:

- специализированная аудитория (ауд. №304);
- мультимедийные технологии: проекторы, ноутбуки, комплекты презентаций;
- дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов практики и подготовки отчета, которая обеспечивается: выходом в глобальную сеть Интернет, поисковыми системами Яндекс, Мейл, Гугл, системами электронной почты.
- компьютерные технологии и программные продукты: Электронная-библиотечная система (ЭБС) i-books.ru (Айбукс-ру); Консультант плюс; Гарант; Наличие базы данных электронного каталога – АИБСLiberMedia; Windows7; Office2010.

Образец оформления титульного листа отчета по практике
Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования

**«Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации»**

(Финуниверситет)

Калужский филиал Финуниверситета

Факультет «Экономика и бизнес-технологий»

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

ОТЧЕТ

о прохождении производственной, в т.ч. преддипломной практике

(Ф.И.О. студента)

_____ курс обучения

учебная группа _____

Место прохождения практики _____

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики с: «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Руководители практики:

От вуза _____

(Ф.И.О., должность)

От организации _____

(Ф.И.О., должность)

ДНЕВНИК

прохождения производственной, в том числе преддипломной практике студента(ки) ____ курса направления подготовки _____

(Ф.И.О. студента)

« ____ » ____ 20 ____ г. по « ____ » ____ 20 ____ г.

№	Дата	Наименование выполненных работ	Оценка руководителя практики от организации о выполнении работ (выполнено, не выполнено)	Подпись руководителя практики от организации
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				

Студент(ка)

(Фамилия, инициалы)

/подпись/

(указать должность руководителя практики от организации)

(подпись)

(Ф.И.О.)

М.П.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
прохождения производственной, в том числе преддипломной практике
студента(ки) ___ курса направления подготовки _____

(Ф.И.О. студента)

в период с:

«___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г.

Содержание выполняемой работы	Календарные сроки	Рабочее место	Должность

«___» _____ 20___ г.

 (указать должность руководителя
 практики от организации)

 (подпись) _____
 (Ф.И.О.)

Образец отзыва руководителя практики от организации
*(печатается на фирменном бланке организации, подписывается руководителем
 практики, проставляется печать организации (отдела))*

ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ОРГАНИЗАЦИИ
 о работе студента в период прохождения практики

(навыки, активность, дисциплина, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета, поощрения и т.п. Варианты оценки за практику: «отлично», «хорошо», «удовл.», «неудовл.»)

Студент _____ (Ф.И.О.) проходил
 _____ практику в период с по 20...г. в
 _____ (наименование организации) в
 _____ (наименование структурного
 подразделения) в качестве _____ (должность).

За время прохождения практики _____ (Ф.И.О. студента)
 поручалось решение следующих задач:

.....
 Результаты работы _____ (Ф.И.О. студента) состоят в
 следующем:

Индивидуальное задание выполнено, материал собран полностью.

Во время практики _____ (Ф.И.О. студента) проявил себя
 как

Считаю, что прохождение практики студентом _____ (Ф.И.О.
 студента) заслуживает оценки _____.

_____/_____
 (Ф.И.О., должность руководителя практики от предприятия) (подпись)

«__» _____ 20__ г. М.П.

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации»
(Финуниверситет)
Калужский филиал Финуниверситета
Факультет «Экономика и бизнес-технологий»
Кафедра «Менеджмент и маркетинг»**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

**для прохождения производственной, в том числе преддипломной
практики**

_____ (Ф.И.О. студента)

_____ курс обучения учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

_____ (указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

Срок прохождения практики с: « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Руководители практики от вуза:

_____ (Ф.И.О., должность)

Цель прохождения практики:

Задачи практики:

1. Материалы, необходимые для прохождения практики:

2. Перечень вопросов, подлежащих изучению:

Руководитель практики:

(Ф.И.О., должность, ученая степень и звание)

(подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.