

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

Тульский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика и управление»

СОГЛАСОВАНО
ООО «Торговый дом «Яснополянский»»



Директор компании
Л.В. Якубенюк

28 августа 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ



Директор филиала
Л.В. Кузнецов

28 августа 2019 г.

И.В. Фомичева, В.А. Поляков

Программа производственной практики
для студентов, обучающихся по направлению
38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

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

*Одобрено заседанием кафедры «Экономика и управление»
(протокол от 27 августа 2019 г. № 1)*

Тула 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1	Наименование вида и типов практики, способа и формы (форм) ее проведения	3
2	Цели и задачи практики	3
3	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики	3
4	Место практики в структуре образовательной программы.....	5
5	Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических часах	5
6	Содержание практики	6
7	Формы отчетности по практике	8
7.1	Формы отчета по производственной практике.....	8
7.2	Требования к отчету	8
7.3	Организация, проведение и сроки защиты отчета по практике.....	9
8	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	9
8.1	Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения.....	9
8.2	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	9
9	Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	13
9.1	Нормативные акты	13
9.2	Основная литература.....	14
9.3	Дополнительная литература	14
9.4	Интернет-ресурсы.....	15
10	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	15
10.1	Комплект лицензионного программного обеспечения.....	15
10.2	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	15
10.3	Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	15
11	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.....	15

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

Наименование вида практики: «Производственная практика».

Тип практики:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- преддипломная практика.

Способ проведения практики: стационарная или выездная. Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Форма проведения практики: непрерывная с выделением в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для ее проведения.

2 Цели и задачи практики

Цели практики – развитие практических профессионально необходимых навыков самостоятельной работы в сфере управления и маркетинговой деятельности, закрепление опыта решения конкретных управленческих и организационных задач, формирование и проверка готовности обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности.

Задачи практики:

- углубление практического опыта и профессиональных умений в маркетинговой/управленческой деятельности;
- дальнейшее накопление знаний и представлений о специфике профессиональной деятельности, которую бакалавру предстоит осуществлять;
- изучение и анализ организации, управления и экономики маркетинговых подразделений и/или специализированных маркетинговых коммерческих хозяйствующих субъектов;
- приобретение навыков коммуникации внутри группы/коллектива, между различными подразделениями внутри предприятия/организации, а также взаимодействия с внешним окружением;
- на основе используемых в практической работе методик расчётов финансово-экономических и нефинансовых показателей сбор, анализ и обобщение данных по теме выпускной квалификационной работы (ВКР) на базе практики;
- разработка моделей бизнес-процессов маркетинговой деятельности, документов, сопровождающих их реализацию в соответствии с потребностями базы практики и темой ВКР;
- закрепление навыков самообразования и самосовершенствования, содействие активизации просветительской деятельности в области управленческих и экономических знаний;
- закрепление практических навыков самостоятельной работы, навыков самостоятельного формулирования выводов, полученных по результатам практики;
- закрепление навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы.

3 Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения при прохождении практики

Производственная практика обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями / индикаторами достижения компетенции
ПКН-8	Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.	<u>Знать:</u> Теоретические подходы и методы стратегического анализа <u>Уметь:</u> Использовать стратегический аналитический инструментарий
		2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	<u>Знать:</u> Методологию принятия управленческих решений <u>Уметь:</u> Применять методiku целеполагания и планирования деятельности предприятия/организации-базы практики
		3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.	<u>Знать:</u> Методологию стратегического анализа макро- и микросреды организации <u>Уметь:</u> Анализировать и осуществлять оценку макро- и микросреды организации, ее конкурентного положения
ПКП-1	Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	1. Применяет современные методики управления маркетингом	<u>Знать:</u> Знать теоретические основы управления маркетинговой деятельностью <u>Уметь:</u> Уметь применять на практике теоретические модели управления маркетингом организации
		2. Использует современные техники и методы продаж	<u>Знать:</u> Методологию продвижения и товародвижения <u>Уметь:</u> Уметь разрабатывать сбытовую политику организации, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг
		3. Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем	<u>Знать:</u> Знать стратегии и инструменты современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций <u>Уметь:</u> Разрабатывать маркетинговые политики, интегрировать их в единый комплекс

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

ПКП-2	Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений	1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований.	<u>Знать:</u> Процедуру и инструментарий маркетинговых исследований <u>Уметь:</u> Проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
		2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.	<u>Знать:</u> Источники маркетинговой информации и методологию ее анализа <u>Уметь:</u> Интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений

4 Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика входит в Блок 2 «Практики, в том числе Научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана и относится к обязательной части образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент», профиль - «Маркетинг» (заочная форма обучения). В соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса практика организуется в 9 семестре. Конкретные даты начала и окончания производственной практики, закрепление студентов бакалавров за базами практики и руководителями определяется приказом директора Тульского филиала Финуниверситета.

Программа производственной практики базируется на компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения дисциплин учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

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

Общая трудоемкость производственной практики студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (заочная форма обучения) составляет 9 зачетных единиц (324 академических часа), в том числе самостоятельная работа - 324 часа. Производственная практика проводится в течение 6 недель. Продолжительность рабочего дня при прохождении практики в организациях составляет для студентов, достигших 18 лет, не более 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

6 Содержание практики

В соответствии с Актуализированным образовательным стандартом Финуниверситета и учебным планом в период производственной практики студенты должны продемонстрировать готовность к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

управленческий:

- участвовать в подготовке управленческих решений по планированию, накоплению, распределению и использованию всех видов ресурсов, необходимых для деятельности экономической системы;
- управлять группой людей, обеспечивая постановку задачи, планирование, организацию и координацию работ, контроль и анализ результатов работы, используя при этом доступные методы мотивации участников группы;
- участвовать в управлении денежными потоками в условиях риска и неопределенности и портфелем финансовых и реальных активов организации, в реализации инвестиционных решений;
- организовывать коммуникации как внутри группы (коллектива), так и вовне, выявлять заинтересованных лиц (стейкхолдеров); готовить переговоры и принимать в них участие;
- осуществлять взаимодействия между различными подразделениями при совместном выполнении проектов; нести ответственность за решение поставленных задач и/или результат деятельности коллектива;

расчетно-аналитический:

- осуществлять самостоятельный поиск, обработку, анализ, оценку и интерпретацию профессиональной информации о функционировании различных рынков и иных экономических систем;
- осуществлять учетную, расчетно-аналитическую и контрольную деятельность при обосновании и исполнении управленческих, маркетинговых, а также финансово-экономических решений на микроуровне;

прикладной исследовательский:

- использовать научно-теоретические и прикладные экономические и управленческие знания для управления социально-экономическими системами;
- разрабатывать и рассчитывать, как финансово-экономические, так и нефинансовые показатели на микро-, мезо- и макроуровнях, на основе используемых в практической работе методик и в соответствии с действующей нормативно-правовой базой;
- предлагать решения проблем в специализированной (профильной) области профессиональной деятельности в изменяющихся финансово-экономических условиях;
- осуществлять просветительскую деятельность в целях распространения экономических и управленческих знаний.

Указанные профессиональные задачи в рамках профессиональной деятельности решаются в следующих видах работ по этапам практики:

Виды деятельности	Виды работ (в форме контактной работы, в форме самостоятельной работы)	Количество часов (недель)
1. Подготовительный этап		
Деятельность, носящая прикладной исследовательский характер	Контактная работа – Выбор, уточнение и согласование индивидуального задания на практику. Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка. Обзорная экскурсия по предприятию/организации (по возможности).	8 часов

2. Производственный этап		
Деятельность, носящая прикладной исследовательский характер	Контактная работа – Знакомство с предприятием/организацией как хозяйствующим субъектом, его учредительными документами, историей, организационно-правовой формой, целями и масштабом деятельности, отраслевой спецификой.	140 часов
Управленческая деятельность	Контактная работа – Проведение структурированных интервью с сотрудниками/руководителями маркетинговых подразделений компании, выявление особенностей координации и коммуникаций между подразделениями предприятия/организации-базы практики при совместном выполнении проектов. Разработка (помощь сотрудникам базы практики в разработке) плана маркетинговых исследований, сбора профессиональной информации о состоянии маркетинговой среды. Сбор, анализ и представление результатов маркетингового исследования рынка, потребителей, комплекса маркетинга.	
Расчетно-аналитическая деятельность	Разработка, расчет (помощь сотрудникам базы практики в разработке, расчете) финансово-экономических, неэкономических и маркетинговых показателей деятельности предприятия/организации-базы практики. Разработка/участие в разработке управленческих решений по планированию, организации, координации и контролю результатов маркетинговой деятельности предприятия/организации-базы практики. Разработка/участие в разработке и применение в профессиональной деятельности инструментов комплекса маркетинга	
3. Аналитический этап		
Управленческая деятельность	Самостоятельная работа – Изучение внутренней и внешней отчетности предприятия/организации-базы практики. Изучение и анализ документов, характеризующих систему управления организацией, организационную структуру и ее особенности. Изучение основных функций подразделений, требований к специалистам, содержания работы «менеджера» по функциям управления в целом и по маркетингу в частности. Поиск, сбор, систематизация, обработка, проведение расчетов и анализ полученной информации: о функционировании рынков и предприятии/организации-базы практики; о совокупности внешних факторов макро и микро – окружения, о типе конкурентного рынка, в котором действует предприятие/организация-база практики; о финансово-экономических, неэкономических и маркетинговых результатах деятельности предприятия/организации-базы практики; о планировании, распределении и использовании всех ресурсов, необходимых для профессиональной деятельности;	160 часов
Расчетно-аналитическая деятельность		
Деятельность, носящая прикладной исследовательский характер		

	о планировании, организации, координации, стимулировании и контроле выполнения управленческих решений и маркетинговой деятельности предприятия/ организации-базы практики. Освоение и использование технических средств и программных продуктов в месте прохождения практики и для представления результатов работы. Сопоставление теоретических моделей и практической действительности, разработка рекомендаций. Анализ собранных материалов. Подготовка материалов для написания отчета по практике.	
4. Заключительный этап		
Деятельность, носящая прикладной исследовательский характер	Самостоятельная работа – Оформление отчета за весь период практики, формулирование выводов. Представление результатов практики в устной и письменной форме.	16 часов
Итого		324 часа (6 недель)

7 Формы отчетности по практике

7.1 Формы отчета по производственной практике

Студентами по итогам практики должны быть представлены:

- рабочий график (план) проведения практики с подписями руководителей практики от кафедры и от организации;
- индивидуальное задание с подписями руководителей практики от кафедры и от организации;
- дневник практики обучающегося с подписью руководителя практики от организации и печатью организации;
- отзыв руководителя практики от организации с подписью и печатью организации;
- отчет по практике с подписью руководителя практики от организации, печатью организации и подписью руководителя от кафедры.

7.2 Требования к отчету

7.2.1 Требования к структуре и объему отчета

При написании отчета следует руководствоваться следующей структурой отчета по производственной практике:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Основная часть, включающая результаты выполнения практических заданий, подтверждающие наличие опыта и готовности к самостоятельной трудовой деятельности при проведении маркетинговых исследований и принятии управленческих решений, разработке и применению маркетинговых инструментов, решении конкретных управленческих и организационных задач
- Заключение (отчет о приобретенном опыте профессиональной деятельности, дальнейшем развитии профессиональных компетенций, готовности к самостоятельной трудовой деятельности в сфере управления/маркетинга, собранном материале к выпускной квалификационной работе)

- Список использованных источников
 - Приложения (при необходимости).
- Объем отчета без учета приложений должен оставлять 30 ($\pm 10\%$) страниц машинописного текста.

7.2.2 Требования к оформлению отчета

Отчет по практике оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2017 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», ГОСТ Р 7.0.5—2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу».

7.3 Организация, проведение и сроки защиты отчета по практике

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации.

Оценка и проверка выполнения программы производственной практики проводится руководителем практики от кафедры в форме защиты обучающимся отчета по практике. По результатам защиты обучающемуся выставляется дифференцированная оценка.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или непрохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Промежуточная аттестация проводится согласно календарному учебному графику в 9 семестре. Конкретная дата определяется согласно расписанию промежуточной аттестации.

8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

8.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения

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

8.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

8.2.1 Типовые контрольные задания (по согласованию с руководителями практики от кафедры и базы практики)

Компетенция	Типовые задания
ПКН-8 Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон	1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария Задание Дать характеристику предприятию/организации-базы практики по следующим направлениям: – организационно-правовая форма, – организационная структура/штатное расписание/персонал предприятия/организации и/или маркетингового подразделения, – целеполагание/формальное планирование и его детализация,

	<ul style="list-style-type: none"> – финансово-экономические результаты, – взаимоотношения предприятия с элементами рыночной инфраструктуры, с государственными органами власти различных уровней, с другими хозяйствующими субъектами <p>2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации</p> <p>Задание Провести анализ целеполагания в организации (наличие и конкретизация миссии, стратегии, тактики), составить «дерево целей» организации/маркетинговой службы и оценить полноту детализации планов по уровням, функциям.</p> <p>3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций и декодируемых конкурентных преимуществ компании</p> <p>Задание На основании проведенных стратегических и конкурентного анализов оценить конкурентное положение предприятия/организации-базы практики</p>
<p>ПКП-1</p> <p>Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций</p>	<p>1. Применяет современные методики управления маркетингом</p> <p>Задание Провести анализ процесса управления маркетингом в организации и по его результатам составить блок-схему этапов маркетинговой деятельности, на которой указать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – перечень мероприятий, реализуемых в рамках маркетинговой деятельности, – ответственных за их проведение, – документы (формы) внутренней отчетности, позволяющие контролировать результаты маркетинговой деятельности. <p>2. Использует современные техники и методы продаж</p> <p>Задание Провести анализ существующей в организации системы товародвижения и коммуникации, представить схематично систему каналов распределения и комплекс маркетинговых коммуникаций, предложить пути совершенствования системы товародвижения и методов продажи товаров и услуг</p> <p>3. Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем</p> <p>Задание Разработать комплекс маркетинга/отдельные его элементы в зависимости от специфики объекта практики и темы ВКР</p>
<p>ПКП-2</p> <p>Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка,</p>	<p>1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований</p> <p>Задание Разработать план (составить блок-схему/алгоритм маркетингового исследования), провести маркетинговое исследование по проблеме, связанной с предметом ВКР</p> <p>2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка</p> <p>Задание</p>

интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений	<p>По результатам маркетингового исследования сформулировать выводы и предложения и наглядно представить:</p> <ul style="list-style-type: none"> – результаты анализа показателей финансово-экономического положения предприятия/организации-базы практики, – результаты стратегического анализа положения предприятия, – результаты анализа конкурентов, – результаты анализа потребителей, – результаты анализа конъюнктуры и/или товарного рынка/рынка услуги, – результаты анализа ассортиментной политики предприятия и применяемых товарно-ассортиментных стратегий.
--	--

8.2.2 Критерии и шкала оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Контроль уровня сформированности компетенций осуществляется на основании отчетных документов, представленных обучающимися, и собеседования (защиты отчета о практике) в соответствии с приказом от 26.12.2017 № 2324/о «Об утверждении Образовательного стандарта высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)», приказом от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете», приказом от 29.11.2018 № 2270/о «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата и программы магистратуры в Финансовом университете».

8.2.2.1 Критерии оценивания отчетных документов

Контролируемые результаты обучения	Оценочное средство	Показатели сформированности результатов обучения
ПКН-8 1. Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	С использованием знаний в области теории и практики стратегического менеджмента, аналитического инструментария дана полная характеристика предприятию/организации-базы практики
ПКН-8 2. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	С использованием методов принятия стратегических, тактических и оперативных решений составлено «дерево целей» предприятия/организации-базы практики
ПКН-8 3. Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	По результатам конкурентных и стратегических анализов (SWOT, SNW, PESTи т.п.) сформулирована наиболее предпочтительная стратегия для предприятия/организации-базы практики

компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.		
ПКП-1 1. Применяет современные методики управления маркетингом	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	Дана характеристика процессу управления маркетинговой деятельностью предприятия/организации-базы практики Проанализирован и разработан алгоритм процесса управления маркетинговой деятельностью предприятия/организации-базы практики
ПКП-1 2. Использует современные техники и методы продаж	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	Предложенные пути совершенствования системы товародвижения и методов продажи товаров и услуг учитывают результаты анализа существующей в организации системы товародвижения и коммуникации, и используют современные техники/методы продаж
ПКП-1 3. Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	Наглядно представлен алгоритм/порядок действий в процессе разработки комплекса маркетинга, использованы новые технологии/новые взгляды
ПКП-2 1. Использует лучшие практики при планировании и проведении маркетинговых исследований.	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	Продемонстрирован практический опыт самостоятельного планирования, организации и проведения маркетингового исследования, корректного применения соответствующих методов и методик
ПКП-2 2. Демонстрирует навыки в получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры товарного рынка.	Отчет о практике, дневник практики, отзыв руководителя от объекта	Использованные методики сбора и анализа информации позволяют раскрыть маркетинговые проблемы предприятия/организации-базы практики Выявлены маркетинговые проблемы, сделаны обобщающие выводы, предложены варианты решения проблем

8.2.2.2 Критерии оценивания собеседования/защиты отчета о практике

Перечень вопросов

1. Цель, место и продолжительность производственной практики.
2. Обзор используемых в процессе производственной практики источников (учебных и научных изданий, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «ИНТЕРНЕТ», документов предприятия/организации).
3. Обоснование актуальности выполненных в процессе производственной практики заданий.
4. Характеристика практических заданий, решаемых бакалавром в процессе производственной практики.
5. Результаты анализа деятельности предприятия (отдельного подразделения), организации, учреждения.
6. Предложения по совершенствованию работы предприятия (отдельного подразделения), организации, учреждения.

7. Характеристика организации индивидуальной работы бакалавра в период практики.
8. Характеристика навыков и умений, приобретенных в процессе производственной практики.
9. Выводы о практической значимости проведенной практики по получению профессиональных умений и углублению опыта профессиональной деятельности; по развитию профессиональных компетенций; по проверке готовности обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности, а также подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях различных организационно-правовых форм.

8.2.2.3 Шкала оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

«Неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	«Удовлетворительно» (50-69 баллов)	«Хорошо» (70-85 баллов)	«Отлично» (86-100 баллов)
Обучаемый не способен самостоятельно продемонстрировать практические умения и навыки при решении профессиональных задач. Дневник практики и отчет о практике оформлены не верно. Практические задания выполнены неполно или неверно. При защите отчета испытывает значительные затруднения даже с использованием наводящих вопросов преподавателя. Отсутствует подтверждение наличия сформированности компетенции.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении практических умений и навыков в решении профессиональных задач. Дневник практики и отчет о практике оформлен верно, имеются незначительные погрешности. Практические задания выполнены. При защите отчета испытывает незначительные затруднения. Не в полной мере достигает запланированных результатов профессиональной деятельности в стандартных ситуациях.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение практических умений и навыков в решении профессиональных задач. Дневник практики и отчет о практике оформлен верно. Практические задания выполнены. При защите отчета ответы полные, структурированные. Достигает запланированных результатов профессиональной деятельности в стандартных ситуациях, испытывает затруднения в новых условиях.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение практических умений и навыков в выборе способа решения стандартных и нетипичных профессиональных задач. Дневник практики и отчет о практике оформлен верно. При выполнении практических заданий использован творческий подход. При защите отчета ответы полные, структурированные, с обоснованием и примерами из практики. Способен к дальнейшему профессиональному саморазвитию и высокой адаптивности практического применения сформированных компетенций.

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

9.1 Нормативные акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016). СПС Консультант-Плюс.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016). СПС Консультант-Плюс.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 23.05.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2016). СПС Консультант-Плюс.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016). СПС Консультант-Плюс.
5. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998 №14-ФЗ (ред. от 23.04.2018). СПС КонсультантПлюс.
6. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019)// "Собрание законодательства РФ", 02.12.1996, N 49, ст. 5491.
7. Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике» Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25.10.2010 № 1873-р «Об основах государственной политики Российской Федерации в области здорового питания населения на период до 2020 года» // [Электронный ресурс]. СПС КонсультантПлюс.
8. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1(ред. от 25.10.2007)"О защите прав потребителей" // [Электронный ресурс]. СПС КонсультантПлюс.
9. О защите конкуренции: федер. закон от 26 июля 2006 г. №135 – ФЗ // [Электронный ресурс]: СПС «Консультант Плюс»
10. О торговле: федер. закон от 28.12. 2009 № 381-ФЗ // ПБД «Консультант Плюс 3000» [Электронный ресурс]: СПС «Консультант Плюс»

9.2 Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. М.: Юрайт, 2019. 404 с. ISBN 978-5-9916-9070-6. <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/433737>
2. Синицына О.Н. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: КноРус, 2019. 210 с. ISBN 978-5-406-03228-2. <https://book.ru/book/930437>
3. Карпова С.В., Тюрин Д.В. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник и практикум. М.: Дашков и К, 2017. 366 с. ISBN 978-5-394-02790-1. <https://znanium.com/catalog/product/937261>

9.3 Дополнительная литература

1. Маркетинг-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник и практикум / И. В. Липсиц [и др.]. М.: Юрайт, 2019. 379 с. ISBN 978-5-534-01165-4. <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/432976>
2. Морозов Ю. В., Гришина В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник. М.: Дашков и К, 2018. 448 с. ISBN 978-5-394-02263-0. <https://znanium.com/catalog/product/415400>
3. Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. М.: Юрайт, 2019. 325 с. ISBN 978-5-9916-8852-9. <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/432769>
4. Парамонова Т. Н., Красюк И. Н., Лукашевич В. В. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Т. Н. Парамоновой. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 282 с. ISBN 978-5-394-03540-1. <https://znanium.com/catalog/product/1093435>

5. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум / Л. А. Данченко [и др.]; под ред. Л. А. Данченко. М.: Юрайт, 2019. 486 с. ISBN 978-5-534-01560-7. <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/432049>
6. Поляков В. А., Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс]: учебник и практикум. М.: Юрайт, 2019. 514 с. <https://ez.el.fa.ru:2057/bcode/432145>

9.4 Интернет-ресурсы

Полнотекстовые базы данных

<http://www.book.ru> - Электронно-библиотечная система BOOK.ru

<http://diss.rsl.ru/> - Электронная библиотека диссертаций

<http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека

Сайты Интернет:

<http://www.smartandmarketing.com> – Smart&Marketing

<http://www.rbc.ru/> - РосБизнесКонсалтинг

<http://www.raexpert.ru/> - сайт «Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА»

<http://www.soc-otvet.ru> – сайт «Социальная ответственность бизнеса»

<http://www.nccg.ru> – сайт Национального совета по корпоративному управлению

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

10.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 8.1 PRO 32 Bit Russian
2. Microsoft Office Professional Plus 2013.
3. Антивирусная защита ESET NOD32.
4. 1С: Предприятие 8.1
5. Project Expert
6. Альт-Финансы
7. Финансовый анализ + Оценка бизнеса
8. MS Project Prof 2016 32/64 Bit Rus

10.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»
2. Справочно-правовая система КонсультантПлюс
3. Информационно-образовательный портал Финансового университета. - <http://portal.ufrf.ru>.

10.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Указанные средства не используются.

11 Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

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

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

Тульский филиал Финуниверситета

кафедра «Экономика и управление»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

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

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Место прохождения практики _____

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

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

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

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

СОГЛАСОВАНО

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

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

**Тульский филиал Финуниверситета
кафедра «Экономика и управление»**

ДНЕВНИК

по _____ практике
(указать вид (тип/типы) практики)
обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Тула – 20 ____

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

Тульский филиал Финуниверситета
кафедра «Экономика и управление»

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

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

обучающегося _____ курса _____ учебной группы

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки _____
(наименование направления подготовки)

(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)

Место прохождения практики _____

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

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

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

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

ОТЗЫВ

о прохождении практики обучающегося
Тульского филиала
Финансового университета

Обучающийся _____
(Ф.И.О.)

Факультет _____

проходил(а) _____ практику
(вид практики)

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

В _____

(наименование организации, наименование структурного подразделения)

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

поручалось решение следующих задач:

В период прохождения практики обучающийся проявил(а) _____

Результаты работы обучающегося:

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

(должность руководителя практики
от организации)

(подпись)

(Ф.И.О.)

« _____ » _____ 20__ г.

М.П.

Отзыв подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью организации