

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

Алтайский филиал  
Кафедра «Экономика и финансы»

**Разгон Антон Викторович**

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»,  
ОП «Маркетинг», профиль «Маркетинг»  
очная, очно-заочная форма обучения

Барнаул 2021

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

Алтайский филиал  
Кафедра «Экономика и финансы»

УТВЕРЖДАЮ  
Зам. директора

 А.В. Иванова

« 25 » мая 2021 г.

**Разгон Антон Викторович**

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент», ОП «Маркетинг»,  
профиль «Маркетинг»  
очная, очно-заочная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Алтайского филиала  
(протокол № 37 от 25 мая 2021 г.)*

*Одобрено на заседании кафедры «Экономика и финансы»  
(протокол № 8 от 25 апреля 2021 г.)*

Барнаул 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование вида и типов практики, способа и формы (форм) ее проведения .....	4
2. Цели и задачи практики.....	7
3. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения при прохождении практики:.....	9
4. Место практики в структуре образовательной программы.....	11
5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или академических часах.....	12
6. Содержание учебной практики.....	12
7. Формы отчетности по практике.....	19
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	25
9. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики .....	30
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационно – справочных систем.....	34
11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебной практики.....	34
Приложения.....	35

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

Вид практики: учебная практика.

Тип практики: ознакомительная практика.

Учебная практика является обязательной составной частью образовательной программы высшего образования и представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика направлена на:

- реализацию полученных теоретических знаний, умений и навыков;
- получение представления о практической деятельности организации.

Учебная практика проводится в соответствии с учебным планом, является обязательной, носит учебно-ознакомительный характер и служит подготовительной основой для последующего выполнения студентом программы производственной, в том числе преддипломной практики.

Учебная практика осуществляется в форме индивидуальной самостоятельной работы студента под руководством научного руководителя с прикреплением к конкретной профильной организации. Учебная практика проводится в организациях, с которыми Финансовый университет заключил соглашения (договоры), предусматривающие предоставление мест для прохождения практики студентам Финуниверситета.

Способы проведения учебной практики: стационарная и выездная.

Стационарная практика проводится в организациях, расположенных на территории населенного пункта, в котором расположен Финансовый университет (его филиалы), а также в структурных подразделениях Финансового университета.

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

Формы проведения практики:

✓ непрерывно – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики, предусмотренного ОП ВО;

✓ дискретно:

- по видам практики – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики;

- по периодам проведения практики – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практики с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Возможно сочетание дискретного проведения практики по их видам и по периодам их проведения.

Учебная практика студентов проводится в соответствии с действующим Положением о практической подготовке обучающихся федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» от 20.10.2022 № 2423/о и Приказом Финуниверситата «Об утверждении Регламента организации и проведения практической подготовки студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 23.12.2024 № 3215\о.

Реализация учебной практики осуществляется в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком обучения.

Практика студентов может быть организована в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей ОП ВО, в том числе в структурном подразделении профильной организации,

предназначенном для проведения практики, на основании договора, заключаемого между Финансовым университетом и профильной организацией.

Практика также может быть организована в структурном подразделении Финансового университета.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Финансового университета (далее – руководитель практики от кафедры), и ответственное лицо из числа работников профильной организации (далее – руководитель практики от профильной организации).

Для руководства практикой в структурном подразделении Финансового университета (филиала) назначаются руководитель (руководители) практики от кафедры, и руководитель практики от структурного подразделения Финансового университета.

Направление на практику и назначение руководителя практики от кафедры оформляется приказом Финансового университета с указанием закрепления каждого студента за профильной организацией или структурным подразделением Финансового университета, вида и срока прохождения практики. Информация о назначенном руководителе практики от профильной организации содержится в отчетных материалах студентов, представляемых по итогам практики.

Практика, включая защиту отчетов по практике, может быть организована и проведена в том числе с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Студенты могут проходить практику по индивидуальному учебному плану в порядке, установленном локальным нормативным актом Финансового университета.

Программа учебной практики разработана с учетом следующих нормативно-методических документов:

- Образовательного стандарта высшего образования ФГОБУ «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»;
- учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», ОП «Маркетинг», профилю «Маркетинг»;
- календарного учебного графика подготовки по направлению;
- рабочих учебных программ по дисциплинам направления.

Реализация учебной практики осуществляется в соответствии с учебными планами и календарным учебным графиком обучения в форме индивидуальной самостоятельной работы студентов под руководством руководителя практики от кафедры и профильной организации с прикреплением к конкретной организации – месту прохождения практики студента. Учебная практика проводится в государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, деятельность которых соответствует направлению подготовки студентов.

Программа определяет цель и задачи учебной практики, требования к результатам учебной практики, организацию, порядок проведения и содержание производственной практики, а также отчетность по результатам ее прохождения.

## **2. Цели и задачи практики**

Цель проведения учебной практики – углубление представлений и получение навыков в основных видах профессиональной деятельности выпускника ОП «Маркетинг». Данная практика способствует получению первичных профессиональных умений и опыта первичной профессиональной деятельности.

Задачи учебной практики:

- формирование у студентов установки на комплексное освоение предусмотренных образовательным стандартом общих и профессиональных компетенций;

- изучение положения, устава организации, знакомство с правилами внутреннего распорядка организации, организационной структурой, основными функциями производственных и управленческих подразделений и полномочиями организации, в которой студент проходит учебную практику;
- ознакомление с локальными нормативными актами, регулирующими деятельность организации, должностными инструкциями сотрудников подразделения, где студент проходит практику;
- анализ финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности организации;
- ознакомление с содержанием основных работ, выполняемых в организации по месту прохождения практики;
- оценка маркетинговой стратегии организации с точки зрения адекватности рыночной среде;
- приобретение первоначальных практических навыков в решении конкретных задач, типичных для организационной и исследовательской работы маркетолога;
- анализ документооборота в подразделении, оценка степени автоматизации работ, связанных с маркетинговой деятельностью в организации;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;
- получение навыков составления аналитических отчетов по результатам исследования;
- развитие навыков самообразования и самосовершенствования;
- развитие навыков работы и делового общения в рабочем коллективе.

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



Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-5	Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	<p>1.Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p>2.Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм, и имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p><b>Знать:</b> основные правовые нормы действующего законодательства в области маркетинга</p> <p><b>Уметь:</b> применять знания о правовых нормах действующего законодательства в области маркетинга в практической деятельности</p> <p><b>Знать:</b> пути решения конкретной маркетинговой задачи с учетом действующих правовых норм, и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p><b>Уметь:</b> обосновывать выбранные пути решения маркетинговых задач с соблюдением действующих правовых норм.</p>
УК-10	Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач	<p>1.Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.</p> <p>2.Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности.</p>	<p><b>Знать:</b> как осуществлять поиск маркетинговой информации</p> <p><b>Уметь:</b> собрать маркетинговую информацию и обработать ее</p> <p><b>Знать:</b> логику научного исследования в маркетинге</p> <p><b>Уметь:</b> выявлять закономерности маркетинговых бизнес-процессов и делать выводы</p> <p><b>Знать:</b> признаки</p>

		<p>3.Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.</p> <p>4.Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.</p> <p>5.Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.</p>	<p>классификации объектов маркетинговых исследований <b>Уметь:</b> идентифицировать общие свойства объектов маркетинговых исследований, обосновывать прикладное назначение классификационных групп.</p> <p><b>Знать:</b> логику исследования внутренних и внешних маркетинговых процессов. <b>Уметь:</b> грамотно, логично, аргументированно делать собственные выводы на основе результатов маркетингового исследования</p> <p><b>Знать:</b> принципы и приемы системного описания маркетинговой проблемы <b>Уметь:</b> аргументированно изложить свою точку зрения по проблеме</p>
<b>ПКН-1</b>	Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач	1.Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли.	<b>Знать:</b> основные направления современных тенденций управления маркетингом и позиции российской управленческой мысли <b>Уметь:</b> применять знания современных тенденций управления маркетингом и позиции российской управленческой мысли в практической деятельности

		2.Реализует способность адаптировать и обобщать результаты современных научных исследований для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате.	<b>Знать:</b> современные научные исследования в области маркетинга для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате. <b>Уметь:</b> адаптировать результаты современных научных исследований в области маркетинга для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате
--	--	---	---

#### 4. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная практика студентов по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», ОП «Маркетинг», профиль «Маркетинг» относится к блоку 2 «Практики, в том числе Научно-исследовательская работа (НИР)» и является обязательным разделом ОПВО и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно-ориентированных на профессионально-практическую подготовку студентов.

Учебная практика призвана обеспечить функцию связующего звена между теоретическими знаниями, полученными при усвоении университетской образовательной программы, и практической деятельностью.

Учебная практика является одним из завершающих этапов образовательного процесса, предусмотрена в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», ОП «Маркетинг»), профиль «Маркетинг». Организацию и проведение учебной практики, и учебно-методическое руководство осуществляет кафедра «Экономики и финансов».

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

Общая трудоёмкость учебной практики составляет 3 зачетных единицы (108 часов, в том числе контактная работа 2 часа). Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой. Практика проводится в соответствии с рабочим учебным планом и графиком в 8 семестре (очная форма обучения), в 9 семестре (очно-заочная форма обучения с применением ДОТ).

Продолжительность прохождения учебной практики составляет 2 недели.

## **6. Содержание учебной практики**

В процессе прохождения учебной практики студенты приобретают навыки профессиональной работы в области выбранного профиля обучения, адаптации в трудовом коллективе, участия в командной работе для решения профессиональных задач.

В процессе прохождения практики обучающийся должен реализовать на практике полученные в процессе обучения знания и умения.

Содержание практики формируется, исходя из данной программы практики (типовой), с учетом специфики места прохождения практики.

Учитывая, что базами практики для студентов являются организации различных сфер деятельности, имеющих различную структуру управления, различные виды и объем фактов хозяйственной жизни, руководитель от Финансового университета совместно со студентом на основе данной программы практики (типовой) разрабатывает рабочую программу, которая учитывает особенности организации. При наличии дополнительной информации по отдельным аналитическим операциям, она включается в рабочую программу практики в виде дополнительных разделов, в пределах, указанных выше целей и задач учебной практики.

Позиции рабочей программы являются основой для составления индивидуального задания, рабочего графика (плана), и в дальнейшем заполнения Дневника практики (по факту прохождения практики) и подготовки отчета.

В случае прохождения практики на кафедре разделом может стать научно-исследовательская работа обучающегося. Студент может участвовать в научных исследованиях, осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научной информации по теме (заданию), составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию), выступать с докладами на конференциях различного уровня.

Таблица 2

<b>№ п/п</b>	<b>Виды деятельности</b>	<b>Виды работ</b>	<b>Количество часов, недель</b>
<b>1</b>	<b>Учебно-организационная деятельность, в том числе:</b>	<b>Анализ студентом организационной структуры организации, системы управления организацией, основных функций маркетинговых, управленческих, финансовых, плановых, аналитических подразделений, основных видов и задач профессиональной деятельности</b>	<b>98 часов</b>
2	Этап 1. Инструктаж по прохождению учебной практики и правилам безопасности работы.	Ознакомиться с общими функциональными обязанностями, правилами техники безопасности в организации, на конкретном рабочем месте, при работе с электрическими приборами (устройствами).	10 часов
3.	Этап 2. Ознакомление с организацией работы в организации и/или в структурном подразделении.	Познакомиться с режимом работы, формой организации труда и правилами внутреннего распорядка, структурными подразделениями организации, штатным расписанием; с принципами управления, руководства и осуществления должностных обязанностей.	10 часов
4.	Этап 3. Ознакомление с должностными и функциональными обязанностями.	Изучить права и обязанности сотрудника, должностную инструкцию, регламентирующую его деятельность. Ознакомиться с правами и обязанностями других сотрудников и руководителей. Согласовать с	20 часов

		руководителем практики задание, постановку целей и задач практики.	
5.	Этап 4. Ознакомление с документацией структурного подразделения организации, связанной непосредственно с заданием на практику.	Ознакомиться с перечнем документов в обороте структурного подразделения; отобрать для работы документы, подходящие для выполнения задания по практике; ознакомиться с порядком архивации документов отдела; уточнить у сотрудников периодичность выпуска документации и взаимодействие с другими отделами.	30 часов
6.	Этап 5. Ознакомление с методикой расчета показателей организации и структурного подразделения.	Ознакомиться с программным обеспечением в организации, структурном подразделении, с помощью которого обеспечивается сбор, обработка и хранение данных в организации и прочее. Принять участие в работе отдела. Кроме того, студент должен оказывать помощь сотрудникам подразделения, выполнять требования руководителя практики от организации и задания вышестоящего руководителя организации	28 часов
7.	<b>Контактная работа</b>		<b>2 часа</b>
8.	<b>Подготовка отчета по практике</b>		<b>7 часов</b>
9.	<b>Защита отчета по практике</b>		<b>1 час</b>
<b>ИТОГО: 3 з.е. - 108 часов</b>			

Перед выходом на учебную практику, обучающемуся его руководитель практики от кафедры «Экономики и финансов» выдает индивидуальное задание (Приложение 2) и составляет рабочий график (план) прохождения практики (Приложение 1).

Учебная практика начинается с общего ознакомления с объектом практики, в рамках которого происходит изучение режима работы, формы организации труда, правил внутреннего распорядка и правила безопасности работы.

Далее студент знакомится со структурными подразделениями организации, штатным расписанием; с принципами управления, руководства и осуществления должностных обязанностей.

Особое внимание должно быть уделено структурному подразделению, в котором студент проходит практику. Студент согласовывает с руководителем практики индивидуальное задание, график прохождения практики, постановку целей и задач практики; изучает права и обязанности, должностную инструкцию, регламентирующую деятельность сотрудника, под непосредственным руководством которого студент проходит практику; знакомится с правами и обязанностями других сотрудников подразделения.

Для получения навыков работы с документами студент изучает документооборот, знакомится с программным обеспечением, с помощью которого обеспечивается сбор, обработка и хранение данных в организации и прочее.

Изучение данных вопросов должно быть подтверждено сбором соответствующей информации (устава, учредительного договора, положения о функционировании объекта практики, должностных инструкций отдельных сотрудников и других документов).

По результатам предварительного ознакомления с деятельностью организации студент готовит ее краткую организационно-экономическую характеристику, в которой должны быть отражены основные направления деятельности объекта практики, профиль, организационная структура объекта практики, технологические особенности или другие особенности, связанные с функционированием объекта практики.

Осуществление научно-исследовательской деятельности является неотъемлемой частью формирования компетенций выпускника бакалавриата. Студент должен приобрести первоначальные практические навыки в решении конкретных задач, типичных для организационной и исследовательской работы маркетолога:

- усвоить приемы, методы и способы сбора, обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;
- получить навыки составления аналитических отчетов по результатам исследования;

- развить навыки самообразования и самосовершенствования.

### **Обязанности обучающихся**

К прохождению учебной практики допускаются обучающиеся, выполнившие программу теоретического обучения. Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения задач практики обучающимся, отзывов руководителей практики. Обучающимся, которые не прошли практику в установленные сроки по уважительным причинам, предоставляется возможность пройти практику в свободное от обучения время в соответствии с вновь согласованным рабочим графиком (планом) прохождения практики, включающим сроки защиты отчетов по практике. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождение промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

### **Обучающиеся обязаны:**

- 1) пройти практику в профильной организации в сроки, установленные Приказом Финансового университета;
- 2) своевременно и полностью выполнить программу практики и индивидуальное задание;
- 3) ежедневно отмечать выполнение работ в Дневнике практики;
- 4) нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками организации;
- 5) соблюдать трудовую дисциплину и правила внутреннего трудового распорядка профильной организации;
- 6) соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности;
- 7) по результатам учебной практики подготовить отчет по практике в соответствии с программой практики и индивидуальным заданием;
- 8) загрузить в установленные кафедрой сроки отчетные документы по учебной практике на платформу <https://org.fa.ru/> в формате DOCX, DOC или PDF по итогам прохождения учебной практики;



9) явиться на защиту отчета по практике, в установленное кафедрой «Экономики и финансов» время.

**Обучающиеся имеют право:**

- 1) выбрать место практики из числа организаций, предложенных Финансовым университетом;
- 2) пройти практику в структурных подразделениях Финансового университета;
- 3) самостоятельно осуществлять поиск базы практики;
- 4) пройти учебную практику в организации по месту трудовой деятельности.

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).

**Руководители практики и их обязанности**

Учебной практикой обучающегося руководят два руководителя:

- 1) руководитель от кафедры «Экономики и финансов», он же – руководитель выпускной квалификационной работы, выставляет зачет с оценкой (по 100-балльной шкале) в зачетную ведомость по практике;
- 2) руководитель от организации, как правило, это – руководитель подразделения – дает отзыв практиканту.

Руководитель практики от кафедры «Экономики и финансов» несет ответственность за:

- 1) проведение консультаций обучающегося по вопросам выбора базы практики и ее прохождения;
- 2) разработку индивидуального задания и графика (плана) прохождения практики;

- 3) взаимодействие с руководителем практики от организации, составление рабочего графика (плана) проведения практики;
- 4) контроль за соблюдением сроков проведения практики;
- 5) оказание методической помощи обучающемуся при выполнении индивидуального задания, программы учебной практики;
- 6) проведение консультаций по выполнению обучающимся программы практики и оформлению ее результатов;
- 7) контроль за выполнением, обучающимся графика (плана) проведения практики;
- 8) проверку отчета по практике, оценку результатов прохождения практики обучающегося.

Руководитель практики от организации несет ответственность за:

- 1) составление совместно с руководителем практики от кафедры «Экономики и финансов» рабочего графика (плана) проведения практики;
- 2) согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики обучающегося;
- 3) предоставление рабочих мест обучающимся;
- 4) обеспечение безопасных условий прохождения практики обучающимся, отвечающих санитарным правилам и требованиям охраны труда
- 5) проведение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка;
- 6) составление отзыва и подписание дневника, отчета обучающегося по результатам прохождения практики.

## **7. Формы отчетности по практике**

По результатам учебной практики и выполненным заданиям обучающимся индивидуально готовится отчет. Студенты обязаны представить отчет назначенному руководителю практики от кафедры в

определенное им время (не менее чем за 3 дня до наступления официальной даты защиты) и явиться на защиту отчета по практике в сроки, предусмотренные распоряжением по организации практики студентов. Защита отчета проводится перед руководителями практики от кафедры «Экономики и финансов», также при этом может присутствовать руководитель соответствующей программы бакалавриата.

Студент должен представить на защиту учебной практики следующие документы, оформленные в соответствии с установленным порядком.

1. Рабочий график (план) проведения практики (приложение 1).
  2. Индивидуальное задание по практике (приложение 2).
  3. Дневник практики с подписью руководителя от организации с печатью (приложение 3)
  4. Отзыв (приложение 4) руководителя практики от организации о прохождении практики обучающимся (должен быть напечатан на бланке организации, заверен печатью).
  5. Отчет по практике (титульный лист – приложение 5). Отчет о практике должен содержать 15-20 страниц печатного текста (без учета приложений).
- Сброшюрованный отчет подписывается обучающимся и руководителями практики, заверяется печатью профильной организации.
6. Приложения (при необходимости).

Защита отчета проводится путем публичной защиты с использованием презентации в программе PowerPoint. По результатам защиты отчёта по практике руководителем практики от кафедры «Экономика и финансы» выставляется зачет с оценкой по 100-балльной шкале. При выставлении оценки учитываются: качество выполнения обучающимся индивидуального задания практики в рабочее время, качество написания отчета, а также отзыв руководителя практики от организации о приобретенных обучающимся профессиональных компетенциях, знаниях, и умениях.

## **Оформление отчета**

Отчет о практике оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», ГОСТ 2.105-1995 «Общие требования к текстовым документам», ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

### **I. Структура отчета:**

1. Титульный лист. Титульный лист оформляется по установленной единой форме (Приложение 5). На титульном листе указывается название вуза, выпускающая кафедра; вид практики; ФИО студента, руководителя практики от профильной организации. Подпись руководителя от профильной организации на титульном листе заверяется печатью организации.

2. Содержание (с указанием страниц разделов отчета о практике).

3. Введение. В разделе должны быть приведены цели и задачи учебной практики.

4. Основная часть. В разделе должна быть характеристика организации (подразделения организации), в которой студент проходил учебную практику; характеристика проделанной студентом работы (в соответствии с целями и задачами программы учебной практики и индивидуальным заданием). В отчете должны быть отражены результаты эмпирических исследований (при наличии), в которых принимал участие студент.

5. Заключение. В заключении должны быть представлены краткие выводы по результатам учебной практики.

6. Список использованных источников.

7. Приложения.

II. Рабочий график (план) прохождения учебной практики (Приложение 1).

Рабочий график (план) составляется индивидуально для каждого обучающегося применительно к конкретным условиям его деятельности в период прохождения учебной практики и включает все виды работ и все

структурные подразделения, с которыми студент должен ознакомиться при прохождении практики. В рабочем графике (плане) указываются: наименование базы учебной практики, конкретное рабочее место, перечень планируемых видов работ, сроки их выполнения. При составлении рабочего графика (плана) необходимо предусмотреть время на сбор, систематизацию и обработку информации на тему выпускной квалификационной работы, а также на написание отчета по учебной практике.

Рабочий график разрабатывается руководителем практики от кафедры «Экономики и финансов» и предоставляется студенту до начала учебной практики.

### III. Индивидуальное задание прохождения учебной практики.

Разработку индивидуального задания, выполняемого студентом в период учебной практики по форме (Приложение 2) осуществляет руководитель учебной практики от кафедры «Экономики и финансов» до начала практики.

### IV. Дневник учебной практики.

В период прохождения учебной практики каждый студент ежедневно заполняет дневник практики, в котором фиксируются выполняемые студентом виды работ. Дневник учебной практики проверяется и подписывается руководителем профильной организации (Приложение 3).

### V. Отзыв руководителя учебной практики от организации.

По результатам прохождения практики руководителем профильной организации составляется отзыв (Приложение 4), в котором отражаются деловые качества студента, степень освоения им фактического материала, выполнение программы практики.

Студенты, не выполнившие полностью требования, предъявляемые к содержанию учебной практики и не представившие отчеты, к защите практики не допускаются.

## **Оформление текста отчета**

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

Текст отчета следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – не менее 10 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм, левое – не менее 30 мм, абзац отступ – 1, 25 см

В тексте отчета не допускается:

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

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

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

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

Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Каждый раздел отчета начинается с нового листа (страницы).

Приложения. Некоторые материалы отчета допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата, т.д. Приложения оформляют как продолжение работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху справа страницы слова «Приложение» и его обозначения – 1,2,3, ... и т.д.

Подготовленные и надлежащим образом оформленные отчетные документы по пройденной практике необходимо сохранить под именем, содержащим вид работы, фамилию студента, номер группы, а при необходимости – ключевые слова работы (например, Отчет по учебной практике – Петров Иван МК22-1.pdf), при этом имя должно содержать не более 150 символов. Расширение файла может быть в формате PDF, в случае, если файлов несколько, то в виде архива.

Студент выбирает в личном кабинете соответствующую вкладку («Практика») и загружает файл (файлы, архив) отчетных документов для проверки.

Руководитель учебной практики от кафедры «Экономики и финансов» проверяет отчетные документы и принимает решение о готовности к подписи и печати со стороны организации, на базе которой проводилась учебная практика.

При необходимости исправлений и доработки руководитель учебной практики от кафедры отправляет отчетные документы на доработку путем размещения на платформе с замечаниями, не устанавливая статус «Допущен(-а) к защите».

В случае соответствия отчетных документов всем требованиям, отсутствия замечаний, которые не позволяют допустить работу к защите, и при загрузке студентом окончательного варианта отчетных документов с

подписью и печатью со стороны организации, на базе которой проводилась учебная практика, руководитель практики от кафедры осуществляет допуск к защите, и устанавливает статус «Допущена к защите».

Статус «Допущена к защите» исключает внесение студентами или руководителем изменений в файлах, архиве, а также загрузку новых версий файлов, архива на платформу.

Информация о допуске фиксируется на платформе с указанием пользователя, даты и времени изменения статуса допуска.

Загрузка студентом отчетных документов на платформе из личного кабинета означает согласие на обработку персональных данных, размещение и хранение документов.

Установление руководителем учебной практики от кафедры статуса «Допущена к защите» подтверждает завершенность отчетных документов и аналогично собственноручной подписи руководителя на документах.

Размещенная версия отчетных документов используется при защите (вне зависимости от формата проведения защиты – очно или с применением ДОТ), а также для представления отчетных документов в рамках лицензионных, аккредитационных и иных мероприятий и проверок.

Защита отчетов по учебной практике, как правило, проводится с применением ДОТ. По решению руководителя кафедры «Экономики и финансов» защита отчетов может проводиться в очном формате. Защита отчетов студентов по итогам прохождения практики может быть проведена с участием представителей организаций, на базе которых проводилась практика.

По результатам защиты отчета по каждому виду практики (учебная и производственная) выставляется дифференцированная оценка, которая сообщается студенту.

Оценка заносится в ведомость руководителем практики от кафедры.

Студентам, не прошедшим практику в установленные сроки по уважительным причинам, предоставляется возможность пройти практику в



свободное от обучения время в соответствии с вновь согласованным рабочим графиком (планом) прохождения практики, включающим сроки защиты отчетов по учебной практике.

Студенты, получившие неудовлетворительные результаты или не прошедшие защиту отчетов по учебной практике, при отсутствии уважительных причин считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в Финансовом университете.

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

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений и владений содержится в разделе 3 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения при прохождении практики».

Таблица 3

<b>Наименование компетенции</b>	<b>Наименование индикаторов достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции</b>	<b>Типовые контрольные задания</b>
<b>УК-5</b> Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	1.Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.	<b>Знать:</b> основные правовые нормы действующего законодательства в области маркетинга  <b>Уметь:</b> применять знания о правовых нормах действующего законодательства в области маркетинга в практической	<b>Задание 1.</b> Дайте характеристику правовым актам, регулирующим отдельные направления маркетинговой деятельности. <b>Задание 2.</b> Исследовательское агентство проводит исследование с целью сбора данных о клиентах. Поясните основные положения о правовом

	2.Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм, и имеющихся ресурсов и ограничений.	<p>деятельности</p> <p><b>Знать:</b> пути решения конкретной маркетинговой задачи с учетом действующих правовых норм, и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p><b>Уметь:</b> обосновывать выбранные пути решения маркетинговых задач с соблюдением действующих правовых норм.</p>	<p>регулировании исследований, которые оно обязано соблюдать для защиты персональных данных.</p> <p><b>Задание 1.</b> Проведите исторический анализ отечественного и зарубежного законодательства о защите прав потребителей.</p> <p><b>Задание 2.</b> Обувная фабрика «N» производит обувь только для прогулок. В своей стране она продает 12 различных моделей. Цена производителя – 20 д.е., торговая наценка – 60 %. Новый коммерческий директор фабрики рассматривает возможность замены всех 12 моделей одной новой, «средней». Увеличение объема производства обуви одной модели приведет к снижению затрат, и фабрика сможет продавать ее в розничную торговлю по цене 16 д.е.</p> <p>1. Как Вы охарактеризуете намерение коммерческого директора выпускать в будущем только одну модель?</p> <p>2. С какими проблемами может столкнуться фабрика, если будет принято решение выпускать только одну модель?</p>
<b>УК-10</b> Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать	1.Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.	<p><b>Знать:</b> как осуществлять поиск маркетинговой информации</p> <p><b>Уметь:</b> собрать маркетинговую информацию и обработать ее</p>	<p><b>Задание 1.</b> Опишите источники информации, требуемые для проведения маркетингового анализа деятельности организации.</p> <p><b>Задание 2.</b> Предположим, вы стали менеджером по маркетингу ювелирного магазина и вам поручено</p>

<p>информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>2.Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности.</p> <p>3.Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих</p>	<p><b>Знать:</b> логику научного исследования в маркетинге</p> <p><b>Уметь:</b> выявлять закономерности Маркетинговых бизнес-процессов и делать выводы</p> <p><b>Знать:</b> признаки классификации объектов маркетинговых исследований</p> <p><b>Уметь:</b> идентифицировать</p>	<p>возглавить работу по созданию базы данных покупателей.</p> <p>- С чего вы начнете работу?</p> <p>- Какие данные и при помощи каких методов вы будете собирать?</p> <p>- Каким образом сформированная база данных будет использована для принятия управленческих решений?</p> <p>- Какие маркетинговые задачи с ее помощью вы будете решать?</p> <p><b>Задание 1.</b> Раскройте содержание технологии маркетинговых исследований с выделением основных блоков: объекты; методы; пошаговая процедура процесса маркетинговых исследований. В чем ключевая роль заключительного блока «Принятие управленческих решений»?</p> <p><b>Задание 2.</b> Открывается новый магазин по продаже парфюмерии и косметики. Необходимо разработать концепцию мерчандайзинга с перечислением цели, задач и всех необходимых инструментов для создания индивидуальности в торговой точке.</p> <p><b>Задание 1.</b> Если цель маркетингового исследования заключается в уменьшении неопределенности, соответствующей принятию маркетинговых решений, то такое исследование называется... Дайте его характеристику.</p>
---	---	--	---

	<p>групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.</p> <p>4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.</p> <p>5. Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.</p>	<p>общие свойства объектов маркетинговых исследований, обосновывать прикладное назначение классификационных групп.</p> <p><b>Знать:</b> логику исследования внутренних и внешних маркетинговых процессов.</p> <p><b>Уметь:</b> грамотно, логично, аргументированно сделать собственные выводы на основе результатов маркетингового исследования</p> <p><b>Знать:</b> принципы и приемы системного описания маркетинговой проблемы</p> <p><b>Уметь:</b> аргументированно изложить свою точку зрения</p>	<p><b>Задание 2.</b> На основе любого готового отчета о маркетинговом исследовании, размещенного в Интернете, обозначьте предмет и объект исследования, а также его цель и задачи. Достигнута ли цель, поставленная в исследовании?</p> <p><b>Задание 1.</b> Выберите конкретный товар/услугу. Осуществите выбор метода маркетинговых исследований его потенциальных потребителей.</p> <p><b>Задание 2.</b> В сентябре интернет-магазин кроссовок пополнился новой коллекцией – утепленные осенние модели. Ваша задача заказать контекстную рекламу в интернете. Но предварительно для настройки поведенческого таргетинга необходимо разделить всю целевую аудиторию покупателей интернет-магазина на три сегмента. Проанализируйте целевую аудиторию покупателей, опишите главные характеристики сегментов. На основании проведенного исследования составьте список ключевых слов для медиаплана контекстной рекламы.</p> <p><b>Задание 1.</b> На примере объекта учебной практики сформулируйте принципы и приемы системного описания маркетинговой научной и прикладной проблемы.</p> <p><b>Задание 2.</b> Вы работаете консультантом по маркетинговым</p>
--	---	--	--

			<p>исследованиям. Вам поручили провести обсуждение в фокус-группах. Тема обсуждения – новый вид ресторана быстрого питания в немецком стиле.</p> <p>1. Кого вы пригласили бы к участию в работе таких фокус-групп?</p> <p>2. Какие критерии отбора участников фокус-групп вы предполагаете использовать?</p> <p>3. Какие вопросы вы намереваетесь задавать им?</p>
<p><b>ПКН-1</b></p> <p>Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач</p>	<p>1. Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли.</p> <p>2. Реализует способность адаптировать и обобщать результаты современных научных исследований для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате.</p>	<p><b>Знать:</b> основные направления современных тенденций управления маркетингом и позиции российской управленческой мысли</p> <p><b>Уметь:</b> – применять знания современных тенденций управления маркетингом и позиции российской управленческой мысли в практической деятельности</p> <p><b>Знать:</b> современные научные исследования в области маркетинга для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате.</p> <p><b>Уметь:</b> адаптировать результаты</p>	<p><b>Задание 1.</b> Раскройте содержание основных элементов системы управления маркетингом.</p> <p><b>Задание 2.</b> На наглядных примерах отечественного предпринимательства покажите необходимость практического использования концепции стратегического маркетинга. Возможно использовать отечественные бренды, известные во всем мире, такие как СПЛАТ, «Союзмультфильм», «Яндекс», «Фиксики» и др.</p> <p><b>Задание 1.</b> Оцените влияние внешних и внутренних факторов на ход реализации оперативных и стратегических задач в области маркетинга</p> <p><b>Задание 2.</b> На конкретном примере вывода «новинки» на рынок</p>

		современных научных исследований в области маркетинга для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате	покажите необходимые маркетинговые стратегии, которые необходимо использовать для продления стадии роста жизненного цикла товара. Оцените последовательность маркетинговых усилий от начального этапа выбора идеи до вывода «новинки» на рынок.
--	--	--	---

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

## **9. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики**

### **Законодательные и нормативные акты:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (с учетом дополнений и изменений).
2. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06.05.1998 № 70-ФЗ (с учетом дополнений и изменений).
3. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (с учетом дополнений и изменений).
4. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (с учетом дополнений и изменений).
5. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с учетом дополнений и изменений).

6. Приказ Финансового университета от 20.10.2022 № 2423/о «Об утверждении Положения о практической подготовке обучающихся федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

7. Приказ Финансового университета от 23.12.2024 № 3215/о «Об утверждении Регламента организации и проведения практической подготовки студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, в Финансовом университете».

8. Учебный план подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль: «Маркетинг».

#### **Основная литература:**

9. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 474 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13282-3. – Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/535965> (дата обращения: 03.02.2025). – Текст : электронный.

10. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 367 с. – (Высшее образование). – Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560242> (дата обращения: 10.02.2025). – Текст : электронный.

11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. – Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561097> (дата обращения: 15.02.2025). – Текст : электронный.

### **Дополнительная литература:**

12. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 383 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16683-5. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/559864> (дата обращения: 04.03.2025). – Текст : электронный.

13. Управление маркетингом: учебник и практикум: для использования в учебном процессе образоват. учреждений, реализующих программы высшего образования по напр. подгот. "Торговое дело", "Менеджмент" (уровень бакалавриата) / Д. В. Тюрин [и др.]; Гильдия маркетологов ; под общей ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. - Москва: Дашков и К, 2017. - 366 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2023. - ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084833> (дата обращения: 03.02.2025). - Текст: электронный.

14. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко; Финуниверситет ; под общ. ред. С. В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014, 2015. - 439 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2023. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL:<https://urait.ru/bcode/532697> (дата обращения: 10.03.2025). - Текст : электронный.

15. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 181 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05522-1. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/563271> (дата обращения: 25.02.2025). – Текст : электронный.

16. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 342 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15611-9. - Образовательная платформа Юрайт



[сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/559988> (дата обращения: 03.02.2025). – Текст : электронный.

### **Полнотекстовые базы данных**

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru>.
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>.
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru>.
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.ru>
5. Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru>.
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>.
7. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru>.
8. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikov.ru>.
9. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>.
10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф>.
11. СПАРК <https://spark-interfax.ru>.
12. Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business>.
13. Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com>.
14. Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» <http://eduvideo.online>.
15. База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com>.

### **Периодические издания**

1. Бренд-менеджмент.

2. Интернет-маркетинг.
3. Компания.
4. Коммерсантъ Секрет фирмы.
5. Маркетинг в России и за рубежом.
6. Маркетинг и маркетинговые исследования.
7. Реклама. Теория и практика.
8. Управленческие науки/**Management Sciences**.
9. Управление продажами.
10. Эксперт.

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

**10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky.

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

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Информационно-правовая система «Гарант».

**11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Не предусмотрено.

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

Рабочее место студента-практиканта должно быть оборудовано компьютером и другой оргтехникой, необходимой для выполнения работ в соответствии с индивидуальным заданием, программой практики и заключенным договором Финуниверситета с профильной организацией.

Студент должен иметь доступ ко всем необходимым (кроме случаев специального доступа) информационным ресурсам на базе практики. Рабочее место студента должно соответствовать требованиям санитарных стандартов.

## Приложения

Приложение 1

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

Кафедра «Экономика и финансы»

### РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

проведения \_\_\_\_\_ учебной практики  
Студента(-ки) \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ учебной группы  
(номер) (номер)

\_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль \_\_\_\_\_ Маркетинг

Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
(наименование профильной организации)

Срок практики с « » 202 г. по « » 202 г.

№ п/п	Этапы практики по выполнению программы практики и индивидуального задания	Продолжительность каждого этапа практики (количество дней)
1	2	3
<b>Организационно-подготовительный этап</b>		
1.		
<b>Основной этап</b>		
2.		
<b>Заключительный этап</b>		
3.		

Руководитель практики от Кафедры \_\_\_\_\_  
(подпись) (инициалы, фамилия)

Руководитель практики от \_\_\_\_\_  
(наименование профильной организации) (подпись) (инициалы, фамилия)

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

Кафедра «Экономика и финансы»

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

по \_\_\_\_\_ учебной практике  
*(указать вид (тип/типы) практики)*

Студент \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ учебной группы

\_\_\_\_\_  
*(Фамилия, имя, отчество)*

Направление подготовки/Специальность \_\_\_\_\_ Менеджмент  
*(наименование направления подготовки)*

Профиль/Направленность программы \_\_\_\_\_ Маркетинг  
*(профиль образовательной программы бакалавриата/направленность образовательной программы магистратуры)*

Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
*(наименование профильной организации)*

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

№ п/п	Содержание индивидуального задания	Планируемые результаты
1	2	3

Руководитель практики от Кафедры: \_\_\_\_\_  
*(подпись) (инициалы, фамилия)*

Задание принял(-а) студент(-ка): \_\_\_\_\_  
*(подпись) (инициалы, фамилия)*

**СОГЛАСОВАНО)**

Руководитель практики от:

\_\_\_\_\_  
*(наименование профильной организации) (подпись) (инициалы, фамилия)*

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

Кафедра «Экономика и финансы»

**ДНЕВНИК**

по \_\_\_\_\_ учебной практике \_\_\_\_\_  
*(указать вид (тип/типы) практики)*

студента \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ учебной группы  
*(номер) (номер)*

\_\_\_\_\_  
*(фамилия, имя, отчество)*

Направление подготовки/Специальность \_\_\_\_\_ 38.03.02 «Менеджмент» \_\_\_\_\_  
*(код, наименование)*

Профиль/Направленность программы \_\_\_\_\_ Маркетинг \_\_\_\_\_  
*(наименование)*

Барнаул 2021

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

(наименование профильной организации)

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

\_\_\_\_\_  
(должность, фамилия, имя, отчество руководителя практики от организации)

### УЧЕТ ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ

Дата	Наименование структурного подразделения профильной организации	Краткое содержание работы студента (в том числе, участие в проектной работе в рамках прохождения практики, наименование проекта)	Отметка о выполнении работы (выполнено/не выполнено)
1	2	3	4

Руководитель практики от:

\_\_\_\_\_  
(наименование профильной организации)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)

М.П.

## ОТЗЫВ

### о прохождении учебной практики

Студент(-ка) \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

Кафедра \_\_\_\_\_ Экономика и финансы

проходил(-а) \_\_\_\_\_ учебную практику

в период с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

В \_\_\_\_\_  
(наименование структурного подразделения профильной организации)

В период прохождения учебной практики \_\_\_\_\_  
(фамилия, инициалы)

поручалось решение следующих задач: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

В период прохождения учебной практики студент(-ка) проявил(-а) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Результаты работы студента (-ки): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

По итогам практики студент(-ка) может/не может быть допущен(-а) к защите отчета по учебной практике.

\_\_\_\_\_  
(наименование должности руководителя  
практики от структурного подразделения  
профильной организации)

\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

М.П.



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

Кафедра «Экономика и финансы»

**ОТЧЕТ**

по \_\_\_\_\_ учебной практике \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.02 «Менеджмент» \_\_\_\_\_  
(код, наименование)

Образовательная программа/Профиль \_\_\_\_\_ Маркетинг \_\_\_\_\_  
(наименование)

Выполнил:

Студент(-ка) \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ учебной группы  
(номер) (номер)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)

Согласовано:

Руководитель практики от организации:

\_\_\_\_\_  
(наименование должности)

\_\_\_\_\_  
(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

М.П.

Барнаул 2021