

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:36:36
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Сервисная практика

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	заочная

1.1. Способы проведения практики

Стационарная/выездная

1.2. Сроки, форма проведения и продолжительность практики

семестр	форма проведения практики	продолжительность практики
восьмой	непрерывно (выделяется один период)	6 недель

1.3. Место проведения практики

- в профильных организациях/предприятиях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы в соответствии с договорами о практической подготовке

При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для условий проведения практики в дистанционном формате.

1.4. Форма промежуточной аттестации

зачет с оценкой.

1.5. Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика. Сервисная практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.6. Цели учебной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин учебного плана;
- приобретение практических навыков для будущей профессиональной деятельности;
- овладеть навыками прямого контакта с клиентом и проведения маркетинговых исследований в области изучения поведения потребителей.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен осуществлять межличностные бизнес-коммуникации и проводить мониторинг их эффективности в выбранной сфере деятельности	ИД-ПК-1.2 Разработка маркетинговых коммуникаций и оценка их эффективности
	ИД-ПК-1.3 Использование знаний о методологических основаниях психологии, социологии и ключевых социологических подходах в исследованиях массовых коммуникаций
ПК-2 Способен к управлению взаимоотношениями с потребителями, партнерами, организациями	ИД-ПК-2.3 Применение теории управления информацией о текущих и потенциальных клиентах компании

Общая трудоёмкость учебной практики составляет:

по заочной форме обучения –	9	з.е.	288	час.
-----------------------------	---	------	-----	------