|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Учебная практика. Ознакомительная практика** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |  |
| Направленность (профиль) | Маркетинг и бренд-менеджмент | |
| Срок освоения образовательной программы по очно-заочной форме обучения | 5 лет | |
| Форма(-ы) обучения | Очно-заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Учебная практика. Ознакомительная практика» изучается в пятом семестре.
      2. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

## Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

## Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Учебная практика. Ознакомительная практика» к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Учебная практика. Ознакомительная практика» является:

закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин учебного плана, развитие и накопление специальных навыков, получение первичных профессиональных умений в сфере бренд-менеджмента, приобретение профессиональных компетенций в области проведения маркетинговых исследований, анализа и проектирования товарных и корпоративных брендов, разработки эффективных стратегий и технологий их продвижения. формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;

* + - 1. формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      2. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| --- | --- |
| УК-3  Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.2  Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе; |
|  | ИД-УК-3.4  Осуществление обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценка идей других членов команды для достижения поставленной цели; |
| УК-10  Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | ИД-УК-10.1  Понимание базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, целей и форм участия государства в экономике; |
| ПК-2  определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач | ИД-ПК-2.2  Измерение имиджа бренда и организация взаимоотношений с потребителями |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |