|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** | | |
| **Производственная практика. Научно-исследовательская работа** | | |
| 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 обучения | Очно-заочная | |

## Способы проведения практики

* + - 1. стационарная/выездная.

## Сроки и продолжительность практики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **семестр** | **форма проведения практики** | **продолжительность практики** |
| А | непрерывно (выделяется один период) | 2 недели |

## Место проведения практики

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

* + - 1. При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для условий проведения практики в дистанционном формате.

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. зачет с оценкой.

## Место практики в структуре ОПОП

* + - 1. Производственная практика (научно-исследовательская работа) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цель производственной практики:

* + - закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин;
    - развитие и накопление специальных навыков, изучение и анализ организационно-методических и нормативных документов для решения прикладных исследовательских задач;
    - освоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных исследований в сфере менеджмента организации;
    - приобретение опыта социального взаимодействия в рамках прикладной исследовательской работы по анализу и совершенствованию системы управления предприятия;
    - приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| ПК- 2 Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач | ИД-ПК-2.1.  Использование положений теории маркетинга и менеджмента для применения методов и инструментов бренд-менеджмента |
| ИД-ПК-2.3.  Планирование маркетинговой деятельности, относящейся к определенному бренду |

* + - 1. Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

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