|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** | | |
| **Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 38.03.02 | Менеджмент |
| Направленность (профиль) | Маркетинг и бренд-менеджмент | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма обучения | очная | |

## Способы проведения практики

* + - 1. стационарная/выездная.

## Сроки и продолжительность практики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **семестр** | **форма проведения практики** | **продолжительность практики** |
| седьмой | путем чередования с периодами проведения теоретических занятий | в течение семестра с выделением отдельных дней для проведения практики в расписании учебных занятий |

## 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 (Технологическая (проектно-технологическая) практика) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цель производственной практики:

* + - закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин;
    - приобщение студента к социальной среде организации с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере;
    - развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики;
    - изучение организационной структуры организации по месту прохождения практики и действующей в нем системы управления;
    - ознакомление с содержанием основных видов продукции, работ и услуг, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;
    - освоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований в сфере маркетинга и бренд-менеджмента;
    - приобретение опыта практической работы, в том числе самостоятельной управленческой деятельности;
    - приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| ПК-3 Способен анализировать текущую рыночную конъюнктуру | ИД-ПК-3.1.  Выделение и классификация признаков изменения рыночной конъюнктуры |
| ПК-4 Способен реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментария бренд-менеджмента и маркетинга, направленного на формирование программ лояльности потребителей | ИД-ПК-4.1.  Реализация программ и проектов, направленных на формирование и поддержание желаемого образа бренда |

* + - 1. Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

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