

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 14:31:00
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad10e69a082473

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	4 года 6 месяцев
Форма обучения	очно-заочная

1.1. Способы проведения практики стационарная/выездная.

1.2. Сроки и продолжительность практики

семестр	форма проведения практики	продолжительность практики
девятый	непрерывно (выделяется один период)	2 недели

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 (научно-исследовательская работа) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.6. 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

Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

по очно-заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
----------------------------------	---	------	----	------