

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 16.05.2024 11:59:29

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

Учебная практика (Ознакомительная практика)

Закреплена за кафедрой **Антикризисное и корпоративное управление**

Учебный план **oz43.04.01.01_1.plx**

Форма обучения **очно-заочная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	4	4	4	4
В том числе в форме практ. подготовки	108	108	108	108
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	104	104	104	104
Итого	108	108	108	108

1. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ОПК-4: Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса

ОПК-6: Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности

ПК-5: Способность анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности о функционировании и развитии гостиничных комплексов, туристических фирм и предприятий питания

В результате прохождения практики обучающийся должен:

Знать:

основные понятия, методы и инструменты современных коммуникаций, знает основы управления информацией и коммуникации с целевыми аудиториями, технологии брендинга, визуальных коммуникаций, пропаганды и связей с общественностью, медиа-фреймирования, новых медиа и т.д.; многообразные коммуникативные технологии, используемые как на государственном, так и на иностранном языках, коммуникативные особенности в сервисной деятельности (соотнесено с индикатором УК-4.1);
сущность, разнообразие и исторические типы культур, их соотношение, взаимосвязь и взаимодействие для эффективного межкультурного взаимодействия (соотнесено с индикатором УК-5.1);
знает и формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса (соотнесено с индикатором ОПК-4.1);
способы представления и методы оформления результатов исследований в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-6.1);
основы системного анализа, принципы стратегического менеджмента для принятия управленческих решений с учетом изменений во внешней среде хозяйствования предприятия (соотнесено с индикатором ПК-5.1)

Уметь:

использовать коммуникативные технологии, методы и способы делового общения на предприятиях сервиса, применять методы управления сотрудниками, группами (соотнесено с индикатором УК-4.2);
обеспечивать взаимопонимание и взаимодействие между представителями различных культур и общаться в мире культурного многообразия; ориентироваться в современных тенденциях межкультурного взаимодействия; использовать современные коммуникативные технологии для проведения прикладных исследований в сфере академического и профессионального взаимодействия, готовить аналитические материалы по результатам их применения (соотнесено с индикатором УК-5.2);
применять технологии маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса (соотнесено с индикатором ОПК-4.2);
использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления организационной культурой и организационными коммуникациями, готовить аналитические материалы по результатам их применения; представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада (соотнесено с индикатором ОПК-6.2);
анализировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности и работать в условиях неопределенности о функционировании и развитии гостиничных комплексов, туристических фирм и предприятий питания (соотнесено с индикатором ПК-5.2)

Владеть:

инструментами коммуникативных технологий (как на русском, так и на иностранном языках) для профессионального взаимодействия (соотнесено с индикатором УК-4.3);
инструментами анализа исторических типов межкультурного взаимодействия; способами анализа противоречий в сфере межкультурной коммуникации и путей их разрешения на основе исторического опыта (соотнесено с индикатором УК-5.3);
технологиями внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет (соотнесено с индикатором ОПК-4.3);
навыками использования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований, оформлять результаты исследования в виде отчета (соотнесено с индикатором ОПК-6.3);
навыками определения стратегии развития предприятия и прикладным инструментарием обоснования, разработки и внедрения стратегических управленческих решений (соотнесено с индикатором ПК-5.3)