

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной деятельности  
\_\_\_\_\_ С.Т.Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20... г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИК**  
43.03.01/33.01

<b>Перечень сведений о рабочей программе практик</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> 1. Сервис	<b>Код ОП</b> 1. 43.03.01/33.01
<b>Направление подготовки</b> 1. Сервис	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 43.03.01

Программа практик составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИК

### 1.1. Аннотация программы практик

Структура модуля (виды практик): 1.Учебная практика, ознакомительная 2.Учебная практика, исследовательская 3.Производственная практика, организационно-управленческая 4.Производственная практика, проектно-технологическая 5.Производственная практика, сервисная Модуль направлен на совершенствование профессиональных компетенций. Освоение модуля предполагает применение на практике знаний, умений и навыков, полученных в ходе теоретического обучения. В модуле реализуется постепенное усложнение, осваиваемых на практике видов деятельности . В процессе освоения модуля бакалавр должен получить практически навыки применения в разработке и реализации эффективных процессов сервиса с учетом культурных, этнических, региональных особенностей современного потребителя; уметь анализировать, планировать, организовывать сервисную деятельность.

### 1.2. Структура практик, их сроки и продолжительность

Таблица 1.

№ п/п	Виды и типы практик	Объем практик	
		в неделях	в з.е.
1.	Учебная практика		
1.1	Учебная практика, исследовательская	2	3
1.2	Учебная практика, ознакомительная	4	5
2.	Производственная практика		
2.1	Производственная практика, организационно-управленческая	4	6
2.2	Производственная практика, проектно-технологическая	4	5
2.3	Производственная практика, сервисная	4	5
	<b>Итого:</b>	<b>18</b>	<b>24</b>

### 1.3. Базы практик, форма проведения практик

Таблица 2.

43.03.01/33.01 Сервис

№ п/п	Виды и типы практик	Форма проведения практики	Базы практики
1.	Учебная практика		

1.1	Учебная практика, исследовательская	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.  Практика проводится в структурных подразделениях университета.
1.2	Учебная практика, ознакомительная	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.  Практика проводится в структурных подразделениях университета.
2.	<b>Производственная практика</b>		
2.1	Производственная практика, организационно-управленческая	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.  Практика проводится в структурных подразделениях университета.
2.2	Производственная практика, проектно-технологическая	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.  Практика проводится в структурных подразделениях университета.

2.3	Производственная практика, сервисная	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.  Практика проводится в структурных подразделениях университета.
-----	--------------------------------------	------------------------------	--

#### 1.4. Процедура организации практик

Порядок планирования, организации и проведения практик, структура и форма документов по организации практик и их аттестации регулируется отдельным положением.

#### 1.5. Перечень планируемых к формированию в процессе прохождения практик результатов освоения образовательной программы – компетенций

В результате освоения программ практик у обучающихся будут сформированы следующие компетенции:

Таблица 3.

43.03.01/33.01 Сервис

№ п/п	Виды и типы практик	Компетенции
1.	<b>Учебная практика</b>	
1.1	Учебная практика, исследовательская	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, в том числе в цифровой среде УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах УК-9 Способен выполнять поиск источников информации и данных, воспринимать,

		<p>анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач</p> <p>УК-11 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p> <p>ПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p> <p>ПК-8 Способен к работе в контактной зоне с потребителем консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p> <p>ПК-10 Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p> <p>ПК-13 Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>
1.2	Учебная практика, ознакомительная	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, в том числе в цифровой среде</p>

		<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-9 Способен выполнять поиск источников информации и данных, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач</p> <p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-8 Способен к работе в контактной зоне с потребителем консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p>
2.	<b>Производственная практика</b>	
2.1	Производственная практика, организационно-управленческая	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, в том числе в цифровой среде</p> <p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на</p>

		<p>государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-9 Способен выполнять поиск источников информации и данных, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач</p> <p>УК-10 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p> <p>УК-11 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>УК-12 Способен формировать, развивать и отстаивать гражданскую позицию, в том числе нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p> <p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-5 Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>
--	--	---



		<p>ПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p> <p>ПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью</p> <p>ПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p> <p>ПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p> <p>ПК-6 Способен применять в профессиональной сфере нормативные правовые акты в сфере сервиса</p> <p>ПК-7 Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности</p> <p>ПК-8 Способен к работе в контактной зоне с потребителем консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p> <p>ПК-9 Способен к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</p> <p>ПК-10 Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p> <p>ПК-11 Способен организовывать протокольную деятельность организации с учетом требований делового и дипломатического протокола в условиях кросскультурной среды</p> <p>ПК-12 Способен планировать, организовывать и проводить событийное / деловое мероприятие, проводить оценку его эффективности</p> <p>ПК-13 Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>
2.2	Производственная практика, проектно-технологическая	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, в том числе в цифровой среде</p> <p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>

	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-9 Способен выполнять поиск источников информации и данных, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач</p> <p>УК-10 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p> <p>УК-11 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p> <p>ПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью</p>
--	--

		<p>ПК-3 Способен оказать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p> <p>ПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p> <p>ПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p> <p>ПК-6 Способен применять в профессиональной сфере нормативные правовые акты в сфере сервиса</p> <p>ПК-7 Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности</p> <p>ПК-8 Способен к работе в контактной зоне с потребителем консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p> <p>ПК-9 Способен к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</p> <p>ПК-10 Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p> <p>ПК-11 Способен организовывать протокольную деятельность организации с учетом требований делового и дипломатического протокола в условиях кросскультурной среды</p> <p>ПК-12 Способен планировать, организовывать и проводить событийное / деловое мероприятие, проводить оценку его эффективности</p> <p>ПК-13 Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>
2.3	Производственная практика, сервисная	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, в том числе в цифровой среде</p> <p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>

		<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-9 Способен выполнять поиск источников информации и данных, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач</p> <p>УК-10 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p> <p>УК-11 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> <p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p> <p>ПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью</p>
--	--	--

		<p>ПК-3 Способен оказать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности</p> <p>ПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p> <p>ПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p> <p>ПК-6 Способен применять в профессиональной сфере нормативные правовые акты в сфере сервиса</p> <p>ПК-7 Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности</p> <p>ПК-8 Способен к работе в контактной зоне с потребителем консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p> <p>ПК-9 Способен к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</p> <p>ПК-10 Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p> <p>ПК-11 Способен организовывать протокольную деятельность организации с учетом требований делового и дипломатического протокола в условиях кросскультурной среды</p> <p>ПК-12 Способен планировать, организовывать и проводить событийное / деловое мероприятие, проводить оценку его эффективности</p> <p>ПК-13 Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>
--	--	--

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

Таблица 4.

43.03.01/33.01 Сервис

№ п/п	Виды и типы практик	Перечень видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, выполняемых в период прохождения практик
1.	Учебная практика	
1.1	Учебная практика, исследовательская	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проектный тип: подготовка и планирование, организация и проведение мероприятий делового характера.</li> <li>- Технологический тип: коммуникационное сопровождение мероприятий делового характера, продвижение мероприятий, технологии проведения мероприятий делового характера, технологии работы с клиентами; оценка эффективности, применение инновационных технологий в сфере сервиса.</li> <li>- Организационно-управленческий тип: управление, организация мероприятий делового характера, организация деятельности протокольных служб, служб секретариата, административных служб.</li> <li>- Сервисный: оказание услуг по проведению мероприятий делового характера; применение нормативных актов в сфере сервиса, стандартов и безопасности обслуживания потребителей.</li> <li>- Исследовательский тип: подготовка и планирование мероприятий делового характера. исследование рынка и потребителей; диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</li> </ul>
1.2	Учебная практика, ознакомительная	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проектный тип: подготовка и планирование, организация и проведение мероприятий делового характера.</li> <li>- Технологический тип: коммуникационное сопровождение мероприятий делового характера, продвижение мероприятий, технологии проведения мероприятий делового характера, технологии работы с клиентами; оценка эффективности, применение инновационных технологий в сфере сервиса.</li> <li>- Организационно-управленческий тип: управление, организация мероприятий делового характера, организация деятельности протокольных служб, служб секретариата, административных служб.</li> <li>- Сервисный: оказание услуг по проведению мероприятий делового характера; применение нормативных актов в сфере сервиса, стандартов и безопасности обслуживания потребителей.</li> <li>- Исследовательский тип: подготовка и планирование мероприятий делового характера. исследование</li> </ul>

		рынка и потребителей; диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности
2.	<b>Производственная практика</b>	
2.1	Производственная практика, организационно-управленческая	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проектный тип: подготовка и планирование, организация и проведение мероприятий делового характера.</li> <li>- Технологический тип: коммуникационное сопровождение мероприятий делового характера, продвижение мероприятий, технологии проведения мероприятий делового характера, технологии работы с клиентами; оценка эффективности, применение инновационных технологий в сфере сервиса.</li> <li>- Организационно-управленческий тип: управление, организация мероприятий делового характера, организация деятельности протокольных служб, служб секретариата, административных служб.</li> <li>- Сервисный: оказание услуг по проведению мероприятий делового характера; применение нормативных актов в сфере сервиса, стандартов и безопасности обслуживания потребителей.</li> <li>- Исследовательский тип: подготовка и планирование мероприятий делового характера. исследование рынка и потребителей; диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</li> </ul>
2.2	Производственная практика, проектно-технологическая	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проектный тип: подготовка и планирование, организация и проведение мероприятий делового характера.</li> <li>- Технологический тип: коммуникационное сопровождение мероприятий делового характера, продвижение мероприятий, технологии проведения мероприятий делового характера, технологии работы с клиентами; оценка эффективности, применение инновационных технологий в сфере сервиса.</li> <li>- Организационно-управленческий тип: управление, организация мероприятий делового характера, организация деятельности протокольных служб, служб секретариата, административных служб.</li> <li>- Сервисный: оказание услуг по проведению мероприятий делового характера; применение</li> </ul>

		<p>нормативных актов в сфере сервиса, стандартов и безопасности обслуживания потребителей.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Исследовательский тип: подготовка и планирование мероприятий делового характера. исследование рынка и потребителей; диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</li>   <li>- Проектный тип: разработка и планирование, организация и проведение событийных мероприятий;</li> <li>- Технологический тип: коммуникативное сопровождение событийных мероприятий, проведение событийных мероприятий, применение инновационных технологий, оценка эффективности;</li> <li>- организационно-управленческий: управление и организация событийных мероприятий;</li> <li>- сервисный тип: проведение событийных мероприятий, применение нормативных актов, стандартов и безопасности обслуживания в сфере сервиса.</li>   <li>- Проектный тип: разработка и планирование, организация и проведение событийных мероприятий;</li> <li>- Технологический тип: коммуникативное сопровождение событийных мероприятий; технологии продвижения мероприятий, проведение событийных мероприятий, применение инновационных технологий, оценка эффективности;</li> <li>- организационно-управленческий: управление и организация событийных мероприятий;</li> <li>- сервисный тип: проведение событийных мероприятий, применение нормативных актов, стандартов и безопасности обслуживания в сфере сервиса.</li>   <li>- Проектный тип: разработка, создание и распространение, продвижение рекламного, дизайнерского продукта.</li> <li>- Сервисный тип: оказание услуг по разработке продукции рекламного, дизайнерского характера; применение нормативных актов в сфере сервиса; обеспечение стандартов качества и безопасности услуг; работа в контактной зоне сервиса.</li> <li>- Технологический тип: коммуникационная деятельность по сопровождению событийных мероприятий, товаров и услуг; оказание консультационных услуг в сфере рекламы и дизайна; деятельность по распространению и продвижению</li> </ul>
--	--	--



		<p>продуктов и услуг рекламного, дизайнерского, брендингового, креативного агентства; применение инновационных технологий; оценка эффективности; технологии работы с клиентами.</p> <p>- Организационно-управленческий тип: организация консультационных услуг в сфере рекламы и дизайна; организация и управление деятельностью рекламного, дизайнерского, брендингового, креативного агентства.</p> <p>- Исследовательский тип: диверсификация сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности; исследование рынка и потребителей сервисных услуг.</p> <p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p>
2.3	Производственная практика, сервисная	<p>- Проектный тип: подготовка и планирование, организация и проведение мероприятий делового характера.</p> <p>- Технологический тип: коммуникационное сопровождение мероприятий делового характера, продвижение мероприятий, технологии проведения мероприятий делового характера, технологии работы с клиентами; оценка эффективности, применение инновационных технологий в сфере сервиса.</p> <p>- Организационно-управленческий тип: управление, организация мероприятий делового характера, организация деятельности протокольных служб, служб секретариата, административных служб.</p> <p>- Сервисный: оказание услуг по проведению мероприятий делового характера; применение нормативных актов в сфере сервиса, стандартов и безопасности обслуживания потребителей.</p> <p>- Исследовательский тип: подготовка и планирование мероприятий делового характера. исследование рынка и потребителей; диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности</p>

### 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Электронные ресурсы (издания)

Учебная практика

1. Карцева, Е. А.; Выставочное и галерейное дело : учебное пособие.; Директмедиа Паблишинг, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496771> (Электронное издание)
2. Шпаковский, В. О.; Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190> (Электронное издание)
3. Овруцкого, А. В., Пигулевского, В. О.; Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне; Издательство «Гуманитарный Центр», Харьков; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/110152.html> (Электронное издание)
4. Хриптулова, И. В.; Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства : коллективная монография.; Научный консультант, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/104960.html> (Электронное издание)
5. Романович, Ж. А.; Сервисная деятельность : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621687> (Электронное издание)
6. Потапова, С. А.; Экскурсионно-выставочная деятельность : учебное пособие.; Московский гуманитарный университет, Москва; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/14533.html> (Электронное издание)
7. Охотина, Н. М.; Сервисная деятельность : учебное пособие.; Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497> (Электронное издание)
8. Руденко, Л. Л.; Сервисная деятельность : учебное пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/99368.html> (Электронное издание)
9. Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «рекламное дело», «связи с общественностью».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71238.html> (Электронное издание)
10. Мальшина, Н. А.; Менеджмент в сервисе : учебное пособие для бакалавров.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/83144.html> (Электронное издание)
11. Национальный этикет : учебное пособие.; СКФУ, Ставрополь; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458086> (Электронное издание)
12. Клименко, Л. В.; Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773> (Электронное издание)
13. Реброва, Н. П.; Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : учебное пособие.; Прометей, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> (Электронное издание)
14. Коротков, А. В.; Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71235.html> (Электронное издание)
15. Дианова, В. А.; Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «менеджмент».; Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, Краснодар, Саратов; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/76919.html> (Электронное издание)
16. Брезгина, К. В.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Ай Пи Эр Медиа, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/83809.html> (Электронное издание)
17. Шабашова, Л. А.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Университет экономики и управления, Симферополь; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/89492.html> (Электронное издание)
18. Марусева, И. В.; Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282> (Электронное издание)
19. Цой, М. Е.; Маркетинговые исследования. Ч.1. Направления и методы

маркетинговых исследований : учебное пособие в 3 частях.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/91229.html> (Электронное издание)

20. Гридина, В. В.; Социология: методология, методы и техника проведения теоретико-прикладного исследования : учебно-методическое пособие.; Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, Самара; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/105071.html> (Электронное издание)

21. Макрусев, В. В., Макрусев, В. В.; Методы исследования в менеджменте : учебное пособие.; Российская таможенная академия, Москва; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/69463.html> (Электронное издание)

22. Маликова, Н. Н.; Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/69591.html> (Электронное издание)

#### Производственная практика

1. Карцева, Е. А.; Выставочное и галерейное дело : учебное пособие.; Директмедиа Паблишинг, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496771> (Электронное издание)

2. Шпаковский, В. О.; Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190> (Электронное издание)

3. де, Ерёмин, Б. Л.; Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «маркетинг», 080300 «коммерция», 070801 «реклама».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71210.html> (Электронное издание)

4. Groшев, И. В.; Системный бренд-менеджмент : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71225.html> (Электронное издание)

5. Овруцкого, А. В., Пигулевского, В. О.; Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне; Издательство «Гуманитарный Центр», Харьков; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/110152.html> (Электронное издание)

6. Прохожев, О. А.; Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте : учебно-методическое пособие.; Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, Нижний Новгород; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/107366.html> (Электронное издание)

7. Станишевская, Л. С.; Визуальные коммуникации в дизайне : учебно-методическое пособие.; Амурский государственный университет, Благовещенск; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/103849.html> (Электронное издание)

8. Хрипулова, И. В.; Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства : коллективная монография.; Научный консультант, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/104960.html> (Электронное издание)

9. Романович, Ж. А.; Сервисная деятельность : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621687> (Электронное издание)

10. Потапова, С. А.; Экскурсионно-выставочная деятельность : учебное пособие.; Московский гуманитарный университет, Москва; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/14533.html> (Электронное издание)

11. Ульяновский, А. В.; Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие.; Ай Пи Ар Медиа, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/101352.html> (Электронное издание)

12. Глушкова, Ю. О.; Креативные индустрии: экономико-управленческая стратегия развития регионов России : монография.; Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/99264.html> (Электронное издание)

13. Охотина, Н. М.; Сервисная деятельность : учебное пособие.; Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497> (Электронное издание)

14. Руденко, Л. Л.; Сервисная деятельность : учебное пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/99368.html> (Электронное издание)

15. Люханова, С. В.; Менеджмент организации : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562200> (Электронное издание)
16. ; Менеджмент организации : учебник.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119> (Электронное издание)
17. , Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438> (Электронное издание)
18. Сабурова, , М. М.; Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) : учебное пособие.; Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/106099.html> (Электронное издание)
19. , Синяева, , И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «рекламное дело», «связи с общественностью».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71238.html> (Электронное издание)
20. Мальшина, , Н. А.; Менеджмент в сервисе : учебное пособие для бакалавров.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/83144.html> (Электронное издание)
21. ; Национальный этикет : учебное пособие.; СКФУ, Ставрополь; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458086> (Электронное издание)
22. Клименко, Л. В.; Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773> (Электронное издание)
23. Реброва, Н. П.; Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : учебное пособие.; Прометей, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> (Электронное издание)
24. Коротков, , А. В.; Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71235.html> (Электронное издание)
25. Дианова, , В. А.; Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «менеджмент».; Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, Краснодар, Саратов; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/76919.html> (Электронное издание)
26. Брезгина, , К. В.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Ай Пи Эр Медиа, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/83809.html> (Электронное издание)
27. Шабашова, , Л. А.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Университет экономики и управления, Симферополь; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/89492.html> (Электронное издание)
28. Марусева, И. В.; Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282> (Электронное издание)
29. Цой, , М. Е.; Маркетинговые исследования. Ч.1. Направления и методы маркетинговых исследований : учебное пособие в 3 частях.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/91229.html> (Электронное издание)
30. Ловчева, М. В., Кибанов, А. Я.; Управление персоналом: теория и практика. Делопроизводство в кадровой службе : учебно-практическое пособие.; Проспект, Москва; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252113> (Электронное издание)
31. Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.; Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> (Электронное издание)
32. Бутакова, А. Д.; Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857> (Электронное издание)
33. Шпаковский, В. О.; Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190> (Электронное издание)
34. Астратова, , Г. В., Астратовой, , Г. В., Латыповой, , Л. В.; Современные методы исследования качества : учебное пособие.; Сургутский государственный педагогический

университет, Сургут; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/87041.html> (Электронное издание)

35. Оконечникова, Л. В.; Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/68381.html> (Электронное издание)

36. Макрусев, В. В., Макрусев, В. В.; Методы исследования в менеджменте : учебное пособие.; Российская таможенная академия, Москва; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/69463.html> (Электронное издание)

37. Маликова, Н. Н.; Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/69591.html> (Электронное издание)

## Печатные издания

### Учебная практика

1. Сондер, М., Скворцов, Д. В., Стрижак, Н.; Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы; Вершина, Москва; 2006 (10 экз.)

2. Зайцева, Н. А.; Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : [учебник для вузов по специальности "Социально-культурный сервис и туризм"].; Академия, Москва; 2008 (19 экз.)

3. Хили, Хили Д., Руденко, А. А.; Статистика. Социологические и маркетинговые исследования; Питер, Москва ; СПб. ; Нижний Новгород [и др.]; 2005 (14 экз.)

4. Галицкий, Е. Б.; Маркетинговые исследования : учебник для магистров.; Юрайт, Москва; 2012 (7 экз.)

5. Соловьев, Э. Я.; Современный этикет. Деловой и международный протокол; Ось-89, Москва; 2003 (7 экз.)

6. Соловьев, Э. Я.; Современный этикет. Деловой протокол; Ось-89, Москва; 2005 (6 экз.)

### Производственная практика

1. Сондер, М., Скворцов, Д. В., Стрижак, Н.; Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы; Вершина, Москва; 2006 (10 экз.)

2. Зайцева, Н. А.; Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : [учебник для вузов по специальности "Социально-культурный сервис и туризм"].; Академия, Москва; 2008 (19 экз.)

3. Хили, Хили Д., Руденко, А. А.; Статистика. Социологические и маркетинговые исследования; Питер, Москва ; СПб. ; Нижний Новгород [и др.]; 2005 (14 экз.)

4. Галицкий, Е. Б.; Маркетинговые исследования : учебник для магистров.; Юрайт, Москва; 2012 (7 экз.)

5. Соловьев, Э. Я.; Современный этикет. Деловой и международный протокол; Ось-89, Москва; 2003 (7 экз.)

6. Соловьев, Э. Я.; Современный этикет. Деловой протокол; Ось-89, Москва; 2005 (6 экз.)

7. Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.; Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама".; ЮНИТИ, Москва; 2009 (5 экз.)

8. Халдин, Г. Е.; Основы композиции: печатный рекламный текст : учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению "Реклама".; Изд-во Урал. ун-т, Екатеринбург; 2011 (70 экз.)

9. Овруцкий, А. В.; Анатомия рекламного образа: фирменный стиль, технологии брендинга, звуковые средства : [курс лекций для вузов по специальности 350700 "Реклама"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2004 (16 экз.)

10. Дегтярев, А. Р.; Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль,

цвет; ФАИР-ПРЕСС, Москва; 2006 (14 экз.)

11. Бекмурзаев, И. Д.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Чеченский государственный университет, Грозный; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/107264.html> (Электронное издание)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

Учебная практика

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

Производственная практика

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Учебная практика

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

[www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) - вопросы менеджмента и маркетинга

[www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru) - информационный портал, посвященный вопросам менеджмента

[www.expert.ru](http://www.expert.ru) - сайт журнала "Эксперт"

[www.rbsys.ru](http://www.rbsys.ru) - сайт компании "Российские бизнес системы"

<http://www.dis.ru> - сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

[www.marketingandresearch.ru](http://www.marketingandresearch.ru) - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»

Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга <http://www.ram.ru>

[www.servicemarketing.ru](http://www.servicemarketing.ru) (Информационный портал посвященный вопросам маркетинга и управления в сфере услуг)

[www.7st.ru](http://www.7st.ru) (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)

Производственная практика

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

[www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) - вопросы менеджмента и маркетинга

[www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru) - информационный портал, посвященный вопросам менеджмента

[www.expert.ru](http://www.expert.ru) - сайт журнала "Эксперт"

[www.rbsys.ru](http://www.rbsys.ru) - сайт компании "Российские бизнес системы"

<http://www.dis.ru> - сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

[www.marketingandresearch.ru](http://www.marketingandresearch.ru) - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»

Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга <http://www.ram.ru>

[www.servicemarketing.ru](http://www.servicemarketing.ru) (Информационный портал посвященный вопросам маркетинга и управления в сфере услуг)

[www.7st.ru](http://www.7st.ru) (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)

#### 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Таблица 5

43.03.01/33.01 Сервис

№ п/п	Вид практики	Оснащенность организаций, предоставляющих места практики, оборудованием и техническими средствами обучения	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Учебная практика	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2.	Производственная практика	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES