

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 01.12.2025 14:26:24
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса и отраслевого управления

УТВЕРЖДАЮ

_____2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

тип практики: сервисная

направление подготовки: 43.03.01 Сервис

направленность (профиль): Экономика сервисного предприятия и организация
постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в
отрасли

форма обучения: очная, заочная

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 008E624DF98BC2E90078B97FC72BE94C3F
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
Действителен: с 11.08.2023 до 03.11.2024

Рабочая программа производственной практики для обучающихся по направлению 43.03.01 «Сервис», направленность (профиль) Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в отрасли.

Заведующий кафедрой

Е.А. Корякина

Программу практики разработал:

Руденок О.В., доцент кафедры ЭОП, канд. экон. наук

1. Цели и задачи прохождения практики

Цель сервисной практики: закрепление и углубление теоретических знаний в сфере сервиса, а также приобретение обучающимися практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности на предприятиях сферы сервиса.

Задачи:

- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе изучения курсов, связанных с предприятиями сферы сервиса;
- формирование навыков работы в коллективе, построения эффективных коммуникаций по вопросам организации и ведения профессиональной деятельности;
- формирование умений и навыков эффективного взаимодействия с потребителями сервисных услуг в процессе сервисного обслуживания;
- формирование представления о сущности профессиональной деятельности предприятия сферы сервиса и развитие профессиональных способностей в соответствии со спецификой направленности обучения.

2. Вид, тип практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: производственная.

Тип практики: сервисная.

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

3. Результаты обучения по практике

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции ИДК	Код и наименование результата обучения по практике
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	УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: 31 - основные социокультурной группы клиентов
		Уметь: У1 - определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп с учетом нормативных правовых актов
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Выбирает стратегию поведения в команде в зависимости от условий	Знать: 32 – современные стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами
		Уметь: У2 – определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели
		Владеть: В1. – навыками разработки программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции	ОПК-2.2. Использует основные принципы, методы и технологии планирования,	Знать: 33 – структуру сервисной отрасли, особенности и состав сервисного продукта

управления сервисной деятельностью	организации, мотивации и координации деятельности предприятий, их структурных подразделений и персонала, в процессе управления сервисной деятельностью	Уметь: У3 – планировать деятельность и персонал предприятия сферы сервиса с использованием современных методов
		Владеть: В2. – современные методы планирования деятельности предприятия сферы сервиса
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Знать: 34 – теоретические основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов
		Уметь: У4 – проводить маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов с использованием современных методов исследования
		Владеть: В3. – современными методами исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов
	ОПК-4.2. Проводит анализ покупательских предпочтений по сервисным продуктам при организации продаж и продвижении сервисных продуктов с использованием основ психологии продаж и продвижения сервисных продуктов	Знать: 35 – методические подходы к изучению покупательских предпочтений по сервисным продуктам
		Уметь: У5 – проводить исследования потребителей и покупательских предпочтений по сервисным продуктам
		Владеть: В4 – методами психологии продаж и продвижения сервисных продуктов при продвижении сервисных продуктов
	ОПК-4.3. Формулирует предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов	Уметь: У6 – разрабатывать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов
		Владеть: В5 – навыками разработки мероприятий по связям с общественностью

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачёт.

4. Место практики в структуре ОПОП ВО

Практика входит в состав обязательной части Блока 2 учебного плана.

До начала прохождения практики обучающиеся должны освоить такие дисциплины, как «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности сервисного предприятия», «Обеспечение качества в сервисной деятельности», «Основы сервисной деятельности», «Сервисология», «Стратегический анализ и планирование», «Кадровое обеспечение и технологии кадровой работы» «Маркетинг».

Прохождение практики необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин, как «Моделирование социально-экономических процессов», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование в сфере сервиса», «Налоговое право и антикризисное управление», а так же при подготовке выпускной квалификационной работы бакалавра.

5. Объем практики

Длительность практики составляет 4 недели, общая трудоемкость практики 6 зачетных

единицы, 216 часов, в том числе контактная работа 4 часа.

Сроки проведения практики:

очная форма обучения: 3 курс, 6 семестр

заочная форма обучения: 4 курс, 8 семестр.

6. Содержание практики

Практика предусматривает:

- выполнение индивидуального задания, подготовленного руководителем практики;
- применение на практике полученных в процессе обучения знаний;
- формирование отчета, включающего результаты и выводы.

Тип: сервисная

Таблица 2

№ п/п	Виды работы на практике	Количество часов		Код ИДК	Формы текущего контроля
		Контактная работа - практические занятия	СРС		
1	<i>Предварительный этап</i> • Вводная лекция • Выдача задания, в т.ч. индивидуального задания • Инструктаж по технике безопасности	4	2	УК-2.2. УК-3.3. ОПК-2.2. ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3.	Составленный план работы Пройденный инструктаж
2	<i>Рабочий этап</i>				
	2.1. Определение целевых ориентиров и основных направлений работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп (выбор социокультурной группы клиентов определяется и указывается в индивидуальном задании)	0	22	УК-2.2.	Собеседование Выполнение практико- ориентированног о задания
	2.2. Определение стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами для достижения поставленной цели	0	20	УК-3.3.	
	2.3. Разработка программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе	0	20	УК-3.3.	
	2.4. Изучение структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта и его составных элементов, их графологическое представление	0	20	ОПК-2.2.	
	2.5. Планирование деятельности предприятия сферы сервиса с использованием современных методов (вид планирования (перспективное, текущее и оперативно-производственное) указывается в индивидуальном задании)	0	20	ОПК-2.2.	
	2.6. Планирование персонала предприятия сферы сервиса с использованием современных методов	0	20	ОПК-2.2.	
	2.7. Изучение теоретических основ маркетинговых исследований	0	20	ОПК-4.1. ОПК-4.2.	

	сервисного рынка, потребителей, конкурентов, их графологическое представление				
2.8.	Проведение исследования сервисного рынка для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса (наименование сервисного рынка указывается в индивидуальном задании)	0	20	ОПК-4.1. ОПК-4.2.	Выполнение практико-ориентированного задания
2.9.	Проведение исследования потребителей и конкурентов для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса (наименование объекта исследования (потребители или конкуренты) указывается в индивидуальном задании)	0	20	ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3.	
2.10.	Разработка мероприятий по связям с общественностью с целью повышение эффективности продаж и продвижения сервисных продуктов	0	20	ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3.	
3	<i>Заключительный этап:</i> • Оформление и защита отчета о прохождении практики	0	8	УК-2.2. УК-3.3. ОПК-2.2. ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3.	Собеседование Защита отчета
ИТОГО			216		

7. Оценка результатов прохождения практики

7.1. Критерии оценки промежуточной аттестации.

Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

7.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций.

Оценка по практике выставляется в результате суммирования баллов за выполнение заданий по практике, формирование отчета, защиты отчета (Таблица 3). Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок (Таблица 4).

Таблица 3

Формы текущего контроля прохождения практики	Критерии оценки работы	Макс. количество баллов
Собеседование	Полнота и правильность ответов на вопросы	20
Выполнение практико-ориентированных заданий	Степень отражения в разделах отчета всех видов работ, предусмотренных программой практики	50
Защита отчета о прохождении практики	Полнота и правильность ответов на вопросы	20
Оформление отчета о прохождении практики	Соответствие оформления отчета требованиям, предъявляемым к оформлению студенческих работ	10
ВСЕГО		100

Таблица 4

100-балльная шкала оценок	Традиционная шкала оценок	
91-100	Отлично	Зачтено
76-90	Хорошо	
61-75	Удовлетворительно	
менее 61 балла	Неудовлетворительно	Не зачтено

Оценка «не зачтено» выставляется в следующих случаях:

- отсутствие отчета по практике;
- невыполнение индивидуального задания;
- низкий уровень сформированности компетенций в соответствии с установленными программой практики индикаторами.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

8.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/>
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив».

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т. ч. отечественного производства:

- Microsoft Office Professional Plus;
- Windows.

9. Материально-техническое обеспечение практики

Для материально-технического обеспечения практики используются средства и возможности университета, либо организации, где обучающийся проходит практику.

Помещения для прохождения практики в университете укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения (Таблица 5).

Таблица 5

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин,	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной	Адрес (местоположение) помещений для проведения
-------	--	--	---

	практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1	Производственная практика	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70

10. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся на практике

10.1. Вопросы для собеседования

Вид работы: *Изучение структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта и его составных элементов, их графологическое представление*

1. Какие классификации типов и видов услуг существуют?
2. Дайте определения понятиям «услуга» и «сервис».
3. Какие организационно-правовые формы коммерческих организаций применяются в сфере услуг?
4. Классификации сферы услуг в соответствии с функциональной направленностью
5. Классификация сервисных процессов с процессной (операционной) точки зрения
6. Какова структура кодового обозначения объекта классификации по Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН)?
7. Общероссийские классификаторы услуг населению. Отраслевая классификация услуг.
8. Раскройте понимание модели ценности услуги.
9. Каким образом можно использовать модель ценности услуги при разработке услуги?
10. Какие особенности и состав сервисного продукта и его составных элементов?

Вид работы: *Изучение теоретических основ маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов, их графологическое представление*

1. Дайте характеристику роли и места маркетинговых исследований в деятельности организации сферы сервиса.
2. Дайте характеристику видам планов маркетинговых исследований.
3. Назовите и охарактеризуйте этапы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов.
4. Дайте характеристику подходам к формулировке целей маркетинговых исследований.
5. Поясните, в какой ситуации целесообразно использовать линейный и сетевой график проведения маркетинговых исследований.
6. Какова структура опросного листа? Обоснуйте расположение зон анкет, предназначенных для конечных и корпоративных потребителей.
7. Раскройте принципы выбора исполнителя маркетинговых исследований.
8. Какова структура отчета о маркетинговом исследовании?
9. Раскройте критерии качества отчета о маркетинговом исследовании.
10. Дайте характеристику подходам к проектированию анкет.

Критерии оценки результатов собеседования:

- 1-2 балла – не дает ответа либо дает неправильный ответ;

3 балла – недостаточно полно отвечает на вопрос, допуская ошибки;
4 балла – достаточно полно отвечает на вопрос, допуская неточности;
5 баллов – полно и правильно отвечает на вопрос.
Максимальное количество вопросов собеседования - 2 вопроса.

10.2. Практико-ориентированные задания

Вид работы: *Определение целевых ориентиров и основных направлений работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп*

Задание: Согласно индивидуальному заданию определить целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) наименование социокультурной группы клиентов согласно индивидуальному заданию; 2) виды источников информации, критерии отбора информации; 3) целевые ориентиры и основные направления работы предприятия - места практики по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп; 4) выводы по результатам исследования. Объем подраздела: 4-5 страниц текста.

Вид работы: *Определение стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами для достижения поставленной цели*

Задание: На основании анализа отчетных данных, программы развития предприятия - места практики, определить стратегию сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами для достижения поставленной цели.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Стратегия сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) виды источников информации, критерии отбора информации; 2) характеристика стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами для достижения поставленной цели; 3) вывод об эффективности выбранной стратегии. Объем подраздела: 3-4 страниц текста.

Вид работы: *Разработка программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе*

Задание: На основании анализа отчетных данных, кадровой политики, локальных нормативных актов предприятия - места практики разработать программу адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Программа адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать программу адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе: цели адаптации, методы и способы адаптации, критерии достижения целей адаптации. Объем подраздела: 3-4 страниц текста.

Вид работы: *Изучение структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта и его составных элементов, их графологическое представление*

Задание: По результатам изучения структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта и его составных элементов подготовить презентацию.

Результат выполнения. Приложение к отчету о прохождении производственной практики «Структура сервисной отрасли, особенности и состав сервисного продукта и его составных элементов».

Требования к выполнению. Презентация в PowerPoint в виде графического материала в Приложении к отчету. Объем презентации: 2-3 слайда.

Вид работы: Планирование деятельности предприятия сферы сервиса с использованием современных методов

Задание: Согласно индивидуальному заданию провести планирование деятельности предприятия сферы сервиса с использованием современных методов.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Планирование деятельности предприятия сферы сервиса».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) наименование вида планирования согласно индивидуальному заданию (перспективное, текущее и оперативно-производственное); 2) виды источников информации, критерии отбора информации; 3) характеристика используемых методов планирования; 4) план деятельности предприятия сферы сервиса. Объем подраздела: 3-5 страниц текста.

Вид работы: Планирование персонала предприятия сферы сервиса с использованием современных методов

Задание: Согласно индивидуальному заданию провести планирование персонала предприятия сферы сервиса с использованием современных методов.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Планирование персонала предприятия сферы сервиса».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) цель и задачи планирования персонала предприятия сферы сервиса; 2) виды источников информации, критерии отбора информации; 3) характеристика используемых методов планирования; 4) результаты планирования персонала предприятия сферы сервиса. Объем подраздела: 4-5 страниц текста.

Вид работы: Изучение теоретических основ маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов, их графологическое представление

Задание: По результатам изучения теоретических основ подготовить презентацию о методах, этапах проведения и особенностях маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов.

Результат выполнения. Приложение к отчету о прохождении производственной практики «Теоретические основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов».

Требования к выполнению. Презентация в PowerPoint о теоретических основах маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов в виде графического материала в Приложении к отчету. Объем презентации: 2-3 слайда.

Вид работы: Проведение исследования сервисного рынка для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса

Задание: Согласно индивидуальному заданию провести исследование сервисного рынка для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Исследование сервисного рынка».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) наименование объекта исследования согласно индивидуальному заданию; 2) виды источников информации, критерии отбора информации; 3) аналитическое исследование сервисного рынка с представлением

информации в табличной и/или графической форме; 4) выводы по результатам исследования. Объем подраздела: 4-5 страниц текста.

Вид работы: Проведение исследования потребителей и конкурентов для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса

Задание: Согласно индивидуальному заданию провести исследование потребителей / конкурентов для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Исследование потребителей / конкурентов предприятия сферы сервиса».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) наименование объекта исследования согласно индивидуальному заданию; 2) виды источников информации, критерии отбора информации; 3) аналитическое исследование потребителей / конкурентов с представлением информации в табличной и/или графической форме; 4) выводы по результатам исследования. Объем подраздела: 4-5 страниц текста.

Вид работы: Разработка мероприятий по связям с общественностью с целью повышение эффективности продаж и продвижения сервисных продуктов

Задание: Разработать мероприятия по связям с общественностью с целью повышение эффективности продаж и продвижения сервисных продуктов для предприятия - места практики.

Результат выполнения. Подраздел основной части отчета о прохождении практики «Мероприятия по связям с общественностью».

Требования к выполнению. Подраздел должен содержать: 1) анализ ситуации, истории или положения дел, который конкретизирует основные цели PR-кампании; 2) определение целевых аудиторий, методов исследований, ключевых сообщений, средств коммуникации, сроков и расходов; 3) схема конкретного времени проведения конкретных PR-мероприятий; 4) методики тестирования и приёмы оценки PR-кампании. Объем подраздела - 4-5 страниц текста.

Критерии оценки результатов выполнения задания:

- 1-2 балла – задание не выполнено или задание выполнено неправильно;
- 3 балла – задание выполнено недостаточно полно, допущен ряд грубых ошибок;
- 4 балла – задание выполнено полно, допущен ряд неточностей;
- 5 баллов – задание выполнено правильно и в полном объеме.

10.3. Вопросы для защиты отчета о прохождении практики

1. Какие методы поиска информации были использованы в процессе определения целевых ориентиров и основных направлений работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп?

2. Какие критерии отбора информации Вами использовались в процессе работы?

3. Какие источники информации были использованы при разработке стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами?

4. Какие методы анализа информации были использованы при разработке стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами?

5. Какие источники информации и какого уровня были использованы при разработке программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе?

6. Перечислите этапы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе.

7. Какие методы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе Вы считаете наиболее эффективными?

8. Дайте характеристику сервисной отрасли. Перечислите составные элементы структуры сервисной отрасли, объекты и субъекты сервисной отрасли.

9. Какие особенности сервисного продукта и его составных элементов существуют?

10. В чем заключается цель планирования деятельности в организации - месте прохождения практики?

11. Какие этапы содержит планирование деятельности предприятия сферы сервиса, деятельности структурных подразделений и персонала?

12. Какие недостатки и преимущества были Вами выявлены в существующем планировании деятельности в организации - месте прохождения практики?

13. Какие методы планирования деятельности предприятия сферы сервиса, деятельности структурных подразделений существуют?

14. Какие методы для оценки эффективности планирования деятельности предприятия сферы сервиса (деятельности структурных подразделений, деятельности персонала) были использованы Вами?

15. Дайте оценку эффективности методов маркетинговых исследований.

16. В чем заключаются особенности маркетинговых исследований сервисного рынка?

17. Какие информационные системы и базы данных были Вами использованы в процессе маркетинговых исследований сервисного рынка?

18. Какие результаты были Вами получены в процессе исследования сервисного рынка, потребителей и конкурентов?

19. Перечислите основные этапы разработки мероприятий по связям с общественностью?

20. Какие отраслевые особенности были Вами учтены при разработке мероприятий по связям с общественностью?

Критерии оценки результатов защиты отчета:

1-2 балла – не дает ответа либо дает неправильный ответ;

3 балла – недостаточно полно отвечает на вопрос, допуская ошибки;

4 балла – достаточно полно отвечает на вопрос, допуская неточности;

5 баллов – полно и правильно отвечает на вопрос.

Максимальное количество вопросов по защите отчета - 4 вопроса.

11. Требование к объему, структуре и оформлению отчета по практике

По окончании практики обучающимся составляется отчет, который сдается руководителю практики от Университета в установленные сроки и в необходимом объеме. Обучающийся заочной формы предоставляют отчет не позднее 10 дней после завершения практики.

Отчет по производственной практике должен отражать результаты обучения и иметь следующую структуру:

1. **Титульный лист** (образец титульного листа в Приложении 3).

2. **Содержание** (включает номера и наименование разделов и подразделов отчета с указанием номеров страниц, на которых они начинаются).

3. **Введение** (указываются цель, задачи, место практики, перечень выполненных работ, в том числе предусмотренных индивидуальным заданием).

4. **Основная часть.** Отражает все виды работ, выполненные в процессе прохождения практики. Названия и содержание подразделов основной части определяются обучающимся самостоятельно в соответствии с видами работ, подлежащих выполнению во время прохождения практики.

5. **Заключение** (должно содержать основные выводы о проделанной работе и описание результатов обучения по практике).

6. **Список использованных источников.**

7. **Приложения.**

Оформление отчета по практике должно соответствовать Руководству по оформлению студенческих работ [5].

Объем отчета – 25-30 страниц машинописного текста.

Защита отчетов производится по установленному графику, который доводится до обучающихся.

Руководитель практики от Университета знакомится с содержанием отчета, обсуждает с обучающимся итоги практики, оценивает его работу, ориентируясь на критерии оценивания результатов обучения по практике.

12. Методические указания по прохождению практики

Вопросы организации проведения производственной сервисной практики отражает «Порядок проведения практики при освоении обучающимися основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры», утвержденный и.о. ректора ТИУ 05.06.2019.

В нем определены:

- этапы организации практики;
- продолжительность рабочего дня при ее прохождении;
- обязанности сторон при организации и проведении практики.

В соответствии с указанным Порядком обучающийся в период прохождения практики:

- выполняет задания, предусмотренные программой практики, в том числе индивидуальные;
- соблюдает правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдает требования охраны труда и пожарной безопасности;
- несет ответственность за выполняемую работу и ее результаты;
- по окончании практики к установленному сроку предоставляет руководителю практики от Университета письменный отчет;
- проходит промежуточную аттестацию по итогам практики.

Общее учебно-методическое руководство практикой осуществляется кафедрой, реализующей ОПОП ВО по направлению «Сервис», направленность «Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания».

Руководство и контроль за прохождением практики возлагается соответствующим приказом на руководителя практики от университета.

Перед началом практики руководитель практики от Университета проводит организационное собрание, на котором раскрывает обучающимся цели, задачи, содержание, вопросы организации практики, требования к отчету по практике, критерии оценки результатов обучения по практике.

Кроме того, на организационном собрании проводится инструктаж по технике безопасности (Приложение 4). Обучающийся совместно с руководителем практики от Университета составляет рабочий график (план) прохождения практики (Приложение 5) и индивидуальное задание (Приложение 6). Обязательным документом является характеристика с места прохождения практики (Приложение 7), подписанная руководителем практики от организации - места практики и заверенная печатью.

Формой промежуточной аттестации прохождения производственной сервисной практики согласно ОПОП является зачет с оценкой, который выставляется студенту в результате проведения собеседования, проверки выполнения практико-ориентированных заданий и защиты письменного отчета.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Вид практики: производственная Тип практики: сервисная

Код, направление подготовки 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в отрасли

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по практике	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
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	УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: 31 - основные социокультурные группы клиентов	Не знает основные социокультурные группы клиентов	Демонстрирует отдельные знания основных социокультурных групп клиентов	Демонстрирует достаточные знания основных социокультурных групп клиентов	Четко и в полном объеме воспроизводит знания основных социокультурных групп клиентов
		Уметь: У1 - определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп с учетом нормативных правовых актов	Не умеет определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп с учетом нормативных правовых актов	Умеет определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп с учетом нормативных правовых актов, допуская ряд ошибок	Умеет определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп с учетом нормативных правовых актов, допуская ряд неточностей	В совершенстве умеет определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп с учетом нормативных правовых актов
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Определяет иерархическую систему целей организации, формирует стратегию и тактику их реализации	Знать: 32 – современные стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами	Не знает современные стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами	Демонстрирует отдельные знания современных стратегий сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами	Демонстрирует достаточные знания современных стратегий сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами	Четко и в полном объеме воспроизводит знания современных стратегий сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами
		Уметь: У2 – определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели	Не умеет определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели	Умеет определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели, допуская ряд ошибок	Умеет определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели, допуская ряд неточностей	В совершенстве умеет определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели

		Владеть: В1. – навыками разработки программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе	Не владеет навыками разработки программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе	Не уверенно владеет навыками разработки программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе, допуская ряд ошибок	Владеет навыками навыками разработки программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе, допуская ряд неточностей	В совершенстве владеет навыками разработки программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ОПК-2.2. Использует основные принципы, методы и технологии планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий, их структурных подразделений и персонала, в процессе управления сервисной деятельностью	Знать: З3 – структуру сервисной отрасли, особенности и состав сервисного продукта	Не знает структуру сервисной отрасли, особенности и состав сервисного продукта	Демонстрирует отдельные знания структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта	Демонстрирует достаточные знания структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта	Четко и в полном объеме воспроизводит знания структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта
		Уметь: У3 – планировать деятельность и персонал предприятия сферы сервиса с использованием современных методов	Не умеет планировать деятельность и персонал предприятия сферы сервиса с использованием современных методов	Умеет планировать деятельность и персонал предприятия сферы сервиса с использованием современных методов, допуская ряд ошибок	Умеет планировать деятельность и персонал предприятия сферы сервиса с использованием современных методов, допуская ряд неточностей	В совершенстве умеет планировать деятельность и персонал предприятия сферы сервиса с использованием современных методов
		Владеть: В2. – современными методами планирования деятельности предприятия сферы сервиса	Не владеет современными методами планирования деятельности предприятия сферы сервиса	Не уверенно владеет современными методами планирования деятельности предприятия сферы сервиса, допуская ряд ошибок	Владеет современными методами планирования деятельности предприятия сферы сервиса, допуская ряд неточностей	В совершенстве владеет современными методами планирования деятельности предприятия сферы сервиса
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1. Проводит маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Знать: З4 – теоретические основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Не знает теоретические основы маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Демонстрирует отдельные знания теоретических основ маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Демонстрирует достаточные знания теоретических основ маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Четко и в полном объеме воспроизводит знания теоретических основ маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов
		Уметь: У4 – проводить маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов с использованием современных методов исследования	Не умеет проводить маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов с использованием современных методов исследования	Умеет проводить маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов с использованием современных методов исследования, допуская ряд ошибок	Умеет проводить маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов с использованием современных методов исследования, допуская ряд неточностей	В совершенстве умеет проводить маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов с использованием современных методов исследования
		Владеть: В3. – современными методами исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Не владеет современными методами исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	Не уверенно владеет современными методами исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов, допуская ряд ошибок	Владеет современными методами исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов, допуская ряд неточностей	В совершенстве владеет современными методами исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов

	ОПК-4.2. Проводит анализ покупательских предпочтений по сервисным продуктам при организации продаж и продвижении сервисных продуктов с использованием основ психологии продаж и продвижения сервисных продуктов	Знать: 35 – методические подходы к изучению покупательских предпочтений по сервисным продуктам	Не знает методические подходы к изучению покупательских предпочтений по сервисным продуктам	Демонстрирует отдельные знания методических подходов к изучению покупательских предпочтений по сервисным продуктам	Демонстрирует достаточные знания методических подходов к изучению покупательских предпочтений по сервисным продуктам	Четко и в полном объеме воспроизводит знания методических подходов к изучению покупательских предпочтений по сервисным продуктам
		Уметь: У5 – проводить исследования потребителей и покупательских предпочтений по сервисным продуктам	Не умеет проводить исследования потребителей и покупательских предпочтений по сервисным продуктам	Умеет проводить исследования потребителей и покупательских предпочтений по сервисным продуктам, допуская ряд ошибок	Умеет проводить исследования потребителей и покупательских предпочтений по сервисным продуктам, допуская ряд неточностей	В совершенстве умеет проводить исследования потребителей и покупательских предпочтений по сервисным продуктам
		Владеть: В4 – методами психологии продаж и продвижения сервисных продуктов при продвижении сервисных продуктов	Не владеет методами психологии продаж и продвижения сервисных продуктов при продвижении сервисных продуктов	Не уверенно владеет методами психологии продаж и продвижения сервисных продуктов при продвижении сервисных продуктов, допуская ряд ошибок	Владеет методами психологии продаж и продвижения сервисных продуктов при продвижении сервисных продуктов, допуская ряд неточностей	В совершенстве владеет методами психологии продаж и продвижения сервисных продуктов при продвижении сервисных продуктов
	ОПК-4.3. Формулирует предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов	Уметь: У6 – разрабатывать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов	Не умеет разрабатывать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов	Умеет разрабатывать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов, допуская ряд ошибок	Умеет разрабатывать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов, допуская ряд неточностей	В совершенстве умеет разрабатывать предложения по улучшению организации продаж и продвижению сервисных продуктов
		Владеть: В5 – навыками разработки мероприятий по связям с общественностью	Не владеет навыками разработки мероприятий по связям с общественностью	Не уверенно владеет навыками разработки мероприятий по связям с общественностью, допуская ряд ошибок	Владеет навыками разработки мероприятий по связям с общественностью, допуская ряд неточностей	В совершенстве владеет навыками разработки мероприятий по связям с общественностью

КАРТА
обеспеченности практики учебной и учебно-методической литературой

Вид практики: производственная

Тип практики: сервисная

Код, направление подготовки 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Экономика сервисного предприятия и организация постпродажного обслуживания, Кадровый и правовой сервис в отрасли

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Горелов, Н. А. Методология научных исследований : учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03635-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489442	ЭР*	22	100	±
2	Добренков, В. И. Методология и методика социологического исследования : учебник / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. — Москва : Академический проект, 2020. — 537 с. — ISBN 978-5-8291-3119-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110077.html	ЭР*	22	100,0	+
3	Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. Л. Руденко. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 207 с. — ISBN 978-5-394-04001-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:	ЭР*	15	100	+

4	Мардас, А. Н. Теория менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07387-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492204	ЭР*	15	100	±
5	Пещеров, Г. И. Методология научного исследования : учебное пособие / Г. И. Пещеров, О. Н. Слоботчиков. — Москва : Институт мировых цивилизаций, 2017. — 312 с. — ISBN 978-5-9500469-0-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/77633.html	ЭР*	15	100	+
6	Пивоварова, О. П. Основы научных исследований : учебное пособие / О. П. Пивоварова. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-4486-0673-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81487.html	ЭР*	15	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса и отраслевого управления

ОТЧЕТ
О ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

тип практики: СЕРВИСНАЯ ПРАКТИКА

Студента группы _____

(ФИО)

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность: _____

Срок прохождения практики: 3 курс 6 семестр

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ
ОТ УНИВЕРСИТЕТА

(Подпись) (Ученая степень, должность, ФИО)

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОВЕДЕНИЕ ИНСТРУКТАЖЕЙ

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки	43.03.01 «Сервис»
Направленность/программа/ Заочной формы обучения, группы	
Вид практики	производственная
Тип практики	сервисная
Срок прохождения практики:	с 15 июня по 12 июля 202__года

№ п/п	Вид инструктажа	Дата проведения	Подпись инструктируемого	Подпись ответственного за проведение инструктажа
1	Охрана труда			
2	Инструктаж по технике безопасности			
3	Инструктаж по пожарной безопасности			
4	Правила внутреннего трудового распорядка			

Руководитель практики от университета _____/_____

Директор ИСОУ _____/_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

	(Ф.И.О. обучающегося)
Направление подготовки	43.03.01 «Сервис»
Направленность /программа/	
Заочной формы обучения, группы	
Вид практики	Производственная
Тип практики	Сервисная
Срок прохождения практики:	с 15 июня по 12 июля 202__года
Руководитель практики от университета	(Ф.И.О., должность, ученое звание)

№ п/п	Планируемые работы		Сроки проведения
1	Определение целевых ориентиров и основных направлений работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп (выбор социокультурной группы клиентов определяется и указывается в индивидуальном задании)		
2	Определение стратегии сотрудничества предприятия сферы сервиса с партнерами для достижения поставленной цели		
3	Разработка программы адаптации нового сотрудника в профессиональном коллективе		
4	Изучение структуры сервисной отрасли, особенностей и состава сервисного продукта и его составных элементов, их графологическое представление		
5	5.1.	Планирование деятельности предприятия сферы сервиса с использованием современных методов (вид планирования (перспективное, текущее и оперативно-производственное) указывается в индивидуальном задании)	
	5.2.	Планирование персонала предприятия сферы сервиса с использованием современных методов	
6	Изучение теоретических основ маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов, их графологическое представление		
7	7.1.	Проведение исследования сервисного рынка для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса (наименование сервисного рынка указывается в индивидуальном задании)	
	7.2.	Проведение исследования потребителей и конкурентов для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса (наименование объекта исследования (потребители или конкуренты) указывается в индивидуальном задании)	
8	Разработка мероприятий по связям с общественностью с целью повышение эффективности продаж и продвижения сервисных продуктов		

Обучающийся _____ / _____

Руководитель практики от университета _____ / _____

Директор ИСОУ _____ / _____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Направление подготовки: 43.03.01 «Сервис»

Направленность: _____

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на производственную практику
обучающегося ____ курса, группы _____,

(ФИО обучающегося полностью)

Место прохождения практики: _____

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Приказ о направлении обучающегося на практику от _____ № _____

Содержание практики, виды работ, подлежащие выполнению:

- определение целевых ориентиров и основных направлений работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп (определяется и указывается выбор социокультурной группы клиентов);
- планирование деятельности предприятия сферы сервиса с использованием современных методов (указывается вид планирования (перспективное, текущее и оперативно-производственное));
- проведение исследования сервисного рынка для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса (указывается наименование сервисного рынка);
- проведение исследования потребителей и конкурентов для разработки стратегии развития предприятия сферы сервиса (указывается наименование объекта исследования (потребители или конкуренты))

Планируемые результаты практики:

- уметь: УК-2. У3. - определять целевые ориентиры и основные направления работы предприятия сферы сервиса по взаимодействию с клиентами различных социокультурных групп;
- владеть: ОПК-2.В2. - методами планирования деятельности предприятия сферы сервиса, деятельности структурных подразделений и персонала;
- уметь: ОПК-4.У1. - проводить исследование сервисного рынка, потребителей, конкурентов для разработки стратегии и тактики сервисной организации.

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель практики от
профильной организации

«__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от
образовательной организации

«__» _____ 20__ г.

Задание принято к исполнению: _____
(подпись обучающегося)

«__» _____ 20__ г.

Форма характеристики с места прохождения практики

Рекомендации по оформлению характеристики с места прохождения практики

Характеристика составляется на каждого студента по окончании практики руководителем практики от предприятия (организации).

В характеристике необходимо указать:

- фамилию, инициалы студента, место прохождения практики, время прохождения;
- полноту и качество выполнения программы практики;
- отношение студента к выполнению заданий, полученных в период практики;
- проявленные студентом профессиональные и личные качества;
- оценку результатов практики студента;
- уровень практической подготовки студента к профессиональной деятельности.

Отзыв оформляется на бланке предприятия (организации), подписывается руководителем практики.