

Програма практичної підготовки
здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 073 Менеджмент

Під час практики студенти отримують нові знання, уміння і навички, в основному при виконанні конкретних практичних завдань. Навчальним процесом підготовки фахівців за освітньою програмою Виставковий бізнес передбачено проведення двох видів практики – навчальної та виробничої.

Навчальна практика є першим і важливим етапом формування у студентів активного ставлення до здобуття високого рівня наукових і професійних знань, умінь і навичок для майбутньої практичної діяльності. Навчальна практика є корективом загальноекономічних дисциплін і пізнавальною роботою, яка дає змогу виявити рівень засвоєння студентами теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи в обраній професії. Метою навчальної практики є оволодіння студентами сучасними методами та формами організації процесів планування, підготовки і реалізації виставкових заходів та інших засобів комунікацій, з урахуванням вимог виставкового ринку та динамічного зовнішнього середовища у цілях забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання. Під час навчальної практики студенти ознайомлюються з кваліфікаційними вимогами до фахівців за обраною спеціальністю, основними видами, завданнями та змістом діяльності.

Виробнича практика – це освітній компонент, метою якого є ознайомитись з обраною спеціальністю, закріплення основних теоретичних та практичних знань з питань організації на основі вивчення особливостей підготовки та реалізації виставкових та комунікаційних заходів, формування сучасного системного мислення щодо організації виставкових та комунікаційних заходів. Для досягнення мети виробничої практики студенти повинні ознайомитися з підприємством; розробити основні засади участі у виставковому заході експонента; оволодіти прийомами і способами планування та організації різних комунікаційних технологій; розробити комплекс комунікацій для конкретного підприємства з урахуванням його особливостей та специфіки ринку діяльності; обрати засоби реклами для підприємства, з урахуванням переваг і недоліків рекламних носіїв та особливостей ринку діяльності; виконати індивідуальне завдання; оформити звіт з практики та захистити його.

Базами практик, з якими здійснюється довгострокова співпраця є:

1. ТОВ «Технологія-Сервіс ЛТД», м. Київ.
2. ТОВ УБ «Закордонмонтажспецбуд», м. Київ.
3. ТОВ «Глорі Пак», м. Київ.
4. ТОВ «Біос-К», м. Київ.
5. ТОВ «ВДМ-Дніпро», м. Київ.
6. ТОВ «Гардіон», м. Київ.

Назва практики	Курс/семестр	Академічних годин	Кредитів ECTS	Вид контролю
1	2	3	4	5
Навчальна	1/2	180	6	залік
Виробнича	2/4	180	6	залік
Виробнича	3/6	180	6	залік
Виробнича	4/8	180	6	залік