

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа практики  
**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

Направление и направленность (профиль)  
43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе

Год набора на ОПОП  
2022

Форма обучения  
очная

Вид практики: производственная (преддипломная)  
Тип практики: преддипломная практика

Владивосток 2025

Программа практики «Производственная преддипломная практика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №514) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245); Положением по практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования (утв. приказом Минобрнауки России от 05.08.2020г. N 390).'

Составитель(и):

*Метляева Т.В., кандидат культурологии наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий, Tatyana.Metlyaeva@vvsu.ru*

*Слесарчук И.А., кандидат технических наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий, Irina.Slesarchuk@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 16.09.2025 , протокол №

1

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)  
Туговикова О.Ф.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1577199753
Номер транзакции	0000000000EA949F
Владелец	Туговикова О.Ф.

Заведующий кафедрой (выпускающей) \_\_\_\_\_  
подпись \_\_\_\_\_ фамилия, инициалы \_\_\_\_\_

## **1 Цель и планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

**Целью** практики является закрепление и углубление теоретических знаний в сфере сервиса, приобретение практических навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности, сбор материала для последующего написания выпускной квалификационной работы бакалавра по предварительно выбранной теме.

**Задачами** практики являются:

1. Ознакомиться с общими принципами организации и структурой управления на предприятии

2. Охарактеризовать деятельность предприятия

3. Проанализировать организацию работы по обеспечению безопасности деятельности сотрудников

4. Проанализировать практикуемое на предприятии технологии обслуживания клиентов и структуру процесса обслуживания с характеристикой всех выделенных этапов с применением современных методов

5. Выполнить эмпирическое исследование в соответствии с темой ВКР, собрать информацию, необходимую для подготовки практической части выпускной квалификационной работы, приобрести навыки по ее обработке и анализу

6. Получить и обобщить данные, подтверждающие выводы и основные положения выпускной квалификационной работы, аprobировать ее важнейшие результаты и предложения по совершенствованию деятельности персонала или технологий, позволяющих улучшить производственную деятельность

Содержание производственной преддипломной практики зависит от темы ВКР и места ее прохождения. Параметры производственной преддипломной практики курируются, направляются и проверяются руководителем диплома.

По итогам прохождения практики обучающийся должен продемонстрировать результаты обучения (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО, приведенные в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате прохождения практики

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)				

## **2 Вид практики, способы и формы её проведения**

Вид практики: производственная (преддипломная)

Тип практики: преддипломная практика

Способ проведения практики: стационарная и выездная

Форма проведения практики: Дискретно по видам практики

### 3 Объем практики и ее продолжительность

Объем практики в зачетных единицах с указанием семестра (ОФО)/ курса (ЗФО, ОЗФО) и продолжительности практики по всем видам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость практики

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр/ курс	Трудоемкость (з.е.)	Продолжительность практики
43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе	ОФО	Б2.В.П.2	8	18	12 (недель)

### 4 Место практики в структуре ОПОП ВО

Производственная преддипломная практика входит в вариативную часть Блока 2 «Практики» учебного плана и проводится в VIII семестре.

Производственная преддипломная практика проводится с учетом освоенных дисциплин учебного плана.

Производственная преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы, входит в учебный план ОПОП, реализуемой в очной форме обучения.

### 5 Содержание практики

#### 5.1 Структура (этапы) прохождения практики

Содержание практики определяется заданием на производственную преддипломную практику, выданным кафедрой к началу ее прохождения. Расширенное содержание практики, структурированное по разделам и видам работ с указанием основных действий и последовательности их выполнения, приведено в таблице 3.

Таблица 3 – Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Содержание выполняемых работ (основные действия)	Форма текущего контроля
1	Первый этап	Изучение деятельности предприятия (организации)	Изучение нормативно-правовых документов (устав предприятия, корпоративный кодекс и др.)	Отметка в дневнике практики руководителей от предприятия и университета о качестве выполненной работы
2	Второй этап	Выбор методов исследования эмпирической части ВКР в соответствии с ее темой	Изучение специализированной литературы	Отметка в дневнике практики руководителей от предприятия и университета о качестве выполненной работы
3	Третий этап	Проведение эмпирического исследования и анализ его результатов	Наблюдение, опрос (анкетирование, интервьюирование), изучение документов, тестирование и т.д.	Отметка в дневнике практики руководителей от предприятия и университета о качестве выполненной работы
4	Четвертый этап	Разработка рекомендаций и мероприятий по повышению	Консультация с руководителями практики, привлечение экспертов,	Отметка в дневнике практики руководителей от

		эффективности деятельности предприятия (организации)	подписание актов внедрения / оформление результатов научно-исследовательской работы	предприятия и университета о качестве выполненной работы
--	--	--	---	--

## 5.2 Задание на практику

1. Разработка стратегии совершенствования сервисного предприятия.
2. Анализ деятельности сервисного предприятия.
3. Совершенствование системы обслуживания клиента
4. Совершенствование информационного обслуживания пассажиров
5. Организация деятельности служб аэровокзалов.
6. Разработка рекламной стратегии продвижения услуг.
7. Исследование влияния корпоративной культуры на деятельность предприятия.
8. Совершенствование сервисной деятельности аэропорта.
9. Совершенствование обслуживания авиапассажиров с ограниченными возможностями здоровья
10. Особенности обслуживания авиапассажиров различных категорий.
11. Анализ организации деятельности сервисных служб по формированию системы безопасности авиаперевозок.

## 6 Формы отчетности по практике

Отчётом по практике является заполненный и подписанный руководителями практики дневник и пояснительная записка к ВКР в части эмпирического исследования. Руководитель выставляет зачет с оценкой в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента на основании: 1) отметки в дневнике практики руководителя от предприятия; 2) оценки руководителя практики от университета 3) результатов прохождения предварительной защиты ВКР на кафедре.

## 7 Организация практики и методические рекомендации по выполнению заданий

Производственная преддипломная практика имеет 4 этапа:

I – Изучение деятельности предприятия (организации).  
II – Выбор методов исследования эмпирической части ВКР в соответствии с ее темой.

III – Проведение эмпирического исследования и анализ его результатов.

IV – Разработка рекомендаций и мероприятий по повышению эффективности деятельности предприятия (организации).

### Методические указания по содержанию разделов

I этап. Изучение деятельности предприятия (организации). Деятельности предприятия изучается по следующим позициям:

- дается общая характеристика организации и ее подсистем;
- проводится анализ корпоративной культуры;
- проводится анализ организационной культуры;
- характеризуется работа с клиентами.

В *общих сведениях об организации* указывается следующее: название, краткая историческая справка, цель создания, место расположения, полезность деятельности, социальная значимость, вид предприятия, его организационно-правовая форма, форма собственности, мощность предприятия, уровень специализации, общие сведения об объеме производимой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг, объем продаж, численности работающих, перспективы развития организации с учетом возможностей

рынка, целевой рынок предприятия, характеристика внешней среды, позиция на целевом рынке в сравнении с конкурентами.

При характеристике подсистем деятельности необходимо представить схему организационной структуры предприятия в целом и организационную схему структурного подразделения – места прохождения практики. Дать характеристику функциональных обязанностей, функциональных взаимосвязей, характера организационных отношений, характера иерархических связей между структурными подразделениями, службами и сотрудниками, выполняющими работу по управлению деятельностью организации и относящимися к административной подсистеме (дирекция, отдел кадров, общий отдел, юридическая служба, служба охраны труда, бухгалтерия, секретариат и т.д.). Определить права и обязанности должностных лиц, регламентацию работ, уровень самостоятельности в принятии решений, соответствие прав и обязанностей сотрудников, уровень делегирования полномочий, способы принятия управленческих решений, управление информационными потоками сверху вниз и снизу вверх.

При характеристике процессов управления обратить особое внимание на такие типовые составляющие как: планирование, организация, учет, контроль, регулирование, в том числе способы получения информации и ее анализа, разработка планов действий, мотивация сотрудников и обеспечение их необходимыми ресурсами, форма и способ получения информации о результатах работы, система контроля и анализа причин отклонений, способы корректировки планов, виды поощрений и наказания сотрудников, способы стимулирования сотрудников и т.д. Дать характеристику основных бизнес-процессов компании, обеспечивающих создание продукта. Для сервисных фирм, оказывающих конституционные или потребительские услуги, дать характеристику всего ассортимента услуг, вариаций моделей-предложений, их вариабельность, модульность и способы формирования.

Дать анализ особенностей основных бизнес-процессов, определяемых спецификой деятельности фирмы. При этом к специфическим особенностям относятся такие как: условия организации деятельности, правовые и регламентирующие правила; стандартные нормы и требования, специфика работ с клиентами, возможные риски, квалификационные требования к персоналу, формы и методы обслуживания, классность предоставляемых услуг, особенности конкурентной среды и др.

Дать характеристику организации работ по обеспечению жизнедеятельности фирмы: эксплуатация помещений, инженерных коммуникаций и прилегающих к зданию территорий; организация питания и отдыха работников, организация приемов и совещаний.

При анализе вспомогательных процессов деятельности организации всю их совокупность рационально сгруппировать по четырем основным направлениям:

- эксплуатационно-технические – содержание материальных объектов;
- социальные – обеспечение деятельности персонала;
- представительские – создание имиджа организации;
- снабжение – материально-техническое обеспечение.

При анализе процессов управления, имеющих социальную направленность, необходимо обратить особое внимание на формирование рабочего пространства, на соответствие условий труда требованиям эргономики, нормам микроклимата (ГОСТ 12.1.005-88 ССПТ), качество визуальных характеристик, планировку рабочих мест, организацию питания и отдыха работников.

При характеристике организации материально-технического обеспечения отметить систему формирования и утверждения заявок, уровень самостоятельности ответственных за данную деятельность работников, принципы нормирования, факторы определяющие выбор поставщика, способы доставки товаров в фирму, контроль за расходованием ресурсов, и другие аспекты данного вида сервисной деятельности.

При характеристике представительской составляющей вспомогательных процессов обратить внимание на систему согласования принимаемых решений, квалификацию

ответственных за данные виды работ и систему доставки услуги (своими силами или силами сторонних специалистов).

При характеристике эксплуатационно-технических процессов отметить систему организации данного вида работ, наличие специалистов в штате фирмы, способы доставки услуг и ответственных за их организацию.

При анализе *корпоративной культуры* следует провести оценку таких элементов корпоративной культуры как: межличностные отношения персонала, отношение к работе, модели поведения в разных ситуациях, стиль общения, ценностные ориентации, философия компании, традиции, обычаи, ритуалы, обряды, символы, лозунги, убеждения, верования, легенды и мифы, идеология, эмблемы, нормы, принципы.

При анализе ценностей организации рассмотреть наиболее типичные сферы, в которых ценности могут прямо или косвенно отражаться: показатели работы, компетентность, конкурентоспособность, инновации и отношение членов организации к новому, к переменам; качество, обслуживание клиента (заказчика, партнера, потребителя), работа в командах, ориентированность на решение личных проблем или инструментальных задач, забота о людях. Отметить позитивные ценности, поддерживающие достижение организационных целей и негативные, отрицательно влияющие на организационную эффективность.

При анализе норм и правил поведения отметить степень их формализованности, наличия стандартов поведения, дать общую характеристику этических норм и стиля поведения принятых в коллективе. При характеристике норм и правил поведения рассмотреть такие аспекты как: стиль управления (руководства); отношение подчиненных к своим руководителям (и наоборот); ориентация людей на сотрудничество или соперничество, характер взаимодействия между работниками и организацией (ориентация на самостоятельность, независимость или конформизм, лояльность); преобладающая производственная этика; социально допустимая дистанция между руководителями и подчиненными; статус (наличие или отсутствие символов статуса); амбиции (одобрение такого поведения или другое отношение); лояльность; доступность и др.

При характеристике видимых и осязаемых аспектов корпоративной культуры дать характеристику установившихся в компании ритуалов, праздников, обычаев, обрядов, церемоний и других стандартных мероприятий проводимых по специальному поводу.

Охарактеризовать такие ее элементы как: архитектура; место расположения; внешний вид производственных помещений, офисов; интерьер; рабочее место; эмблемы; символика; товарные знаки, цвета; униформа персонала; парковка и т.д.

Для характеристики *организационной культуры* необходимо определить форму власти и влияния (власть основанная на принуждении, вознаграждении, экспертная, эталонная, законная, основанная на традициях); охарактеризовать стиль руководства (авторитарный, либеральный, демократический); модель идеологии культуры (идеология власти, роли, задачи и личности одного человека (Роджер Харисон)).

Дать характеристику процессу коммуникации, его этапы и стадии; определить наличие неформальных групп; выявить уровень продуктивности прохождения информационных потоков от отправителя к различным адресатам структур организации, алгоритмы передачи и сбора информации, проанализировать причины искажения информации.

Дать полный перечень функциональных обязанностей сотрудников отдела или подразделения – места прохождения практики, в том числе дать подробную спецификацию работ соответствующих рабочему месту практики. В зависимости от места прохождения практики объектами исследования могут быть функциональные обязанности офисменеджеров, менеджеров по управлению персоналом, менеджера по работе с клиентами, менеджеров по организации процессов сервисного обслуживания, работа сотрудников непосредственно выполняющих обслуживание клиентов, менеджеров по управлению

офисом и другие штатные должности, соответствующие квалификационной характеристике направления подготовки «Сервис».

Дать характеристику содержания работы, специфических особенностей различного вида работ, технических и этических параметров работы, квалификационных требований и компетенций, необходимых для успешной работы на исследуемой должности. Составить детальную характеристику наиболее значимых и типичных видов работ, прописав их по простейшим операциям (шагам и элементам). Представить алгоритм выполнения работ в виде блок схемы, включающей выполнение элементов работ, элементы согласования и принятия решений; время простоев и ожидания, связанных со спецификой работы, системой управления или происходящих по вине сотрудников вследствие плохой координации действий.

Объектом детальной характеристики могут быть такие виды деятельности как работа с клиентом при приеме заказа, работа с документами, телефонные переговоры, обучение персонала, организация выставок и презентаций, организация переговоров и совещаний, формирование заявок на обеспечение материальными ресурсами, организация и контроль за работой обслуживающего персонала; работа с корреспонденцией, подготовка, печать и согласование нормативных документов, организация закупки и доставки материальных ресурсов (например, техники, канцелярских товаров), процессы отбора и приема персонала и т.д.

Дать характеристики структуры затрат рабочего времени специалистов отдела, подразделения или офиса в целом. Определить соответствие (несоответствие) этих затрат функциональным обязанностям специалиста и плановым стандартным затратам принятым в данной фирме оптимальным по мнению руководителей.

Для *характеристики работы с клиентами* необходимо провести анализ организации работы с клиентами. Определить проблемы в обслуживании в аспекте анализа потребностей клиентов. Рассмотреть: формирование ассортиментной политики, способы продвижения услуг, акции по привлечению клиентов, процесс оказания услуг, дать анализ конфликтных ситуаций и проблем при работе с клиентами. Проанализировать способы регулирования спроса и предложения на оказываемые организацией услуги, рассмотреть формирование ассортиментной и ценовой политики; другие формы и методы привлечения клиентов.

Следует обратить внимание студентов, что излагаемый материал не должен носить описательный характер деятельности предприятия (иногда рекламного стиля), а посвящен анализу проблемы (темы). Поэтому общая характеристика предприятия может быть изложена только в контексте рассматриваемой проблемы.

II этап. Выбор методов исследования эмпирической части ВКР в соответствии с ее темой. Целью данного этапа является обоснованный выбор студентом основных и специальных методов анализа и систематизации информации в среде профессиональной деятельности. При этом используются всевозможные тестовые методики, опросники и другие методы исследования.

Так, при описании общей характеристики предприятия анализ позиционирования фирмы (положения компании относительно конкурентов) проводится как в целом, так и по наиболее важным для клиентов показателям разными способами. Первый способ заключается в оценке процента респондентов, отнесших данную компанию к самой лучшей, лучше многих других, примерно такой же, как и многие другие, хуже многих других, самой худшей. Построенная на основании полученных данных диаграмма дает наглядную характеристику сравнительного положения фирмы на целевом рынке. При втором способе анализа положения фирмы на рынке по отношению к конкурентам клиентам предлагается оценить деятельность как исследуемой фирмы так и ее конкурентов как в целом, так и по отдельным важным для клиента показателям (например, широта ассортимента, уровень цен, качество предоставляемых услуг или товара, предупредительность и квалификация персонала и другие) по 10 бальной шкале. Результат

определяется как среднее значение всех значений показателя. В этом случае результаты исследования могут быть представлены как в виде отдельных столбиковых диаграмм, так и в виде диаграммы «паутины».

Для государственных и муниципальных организаций, не имеющих конкурентов, рекомендуется провести экспресс-анализ удовлетворенности клиентов деятельностью фирмы. Анализ удовлетворенности клиентов может быть так же произведен разными методами, в том числе:

- методом расчета количества клиентов, отвечающих, что результаты превзошли их ожидания, что они полностью удовлетворены оказанными услугами; что в общем и целом удовлетворены, удовлетворены в большей степени, чем не удовлетворены (или частично удовлетворены); не удовлетворены в большей степени, чем удовлетворены, не удовлетворены, услуга практически не оказана. В зависимости от рода деятельности перечень и формулировка обобщенных показателей может меняться, при сохранении общего смысла от лучшего до худшего. Построенная на основании полученных данных диаграмма даст наглядную характеристику уровня удовлетворенности клиентов.

- путем анализа удовлетворенности клиентов как в целом деятельностью фирмы, так и по отдельным показателям может проводиться по 10 балльной шкале. Итоговый результат определяется, как среднее значение по каждому показателю и по обобщенной оценке. При этом следует обратить внимание на диапазон колебания оценок, выявить показатели, имеющие неоднозначные диаметрально противоположные ответы. В этом случае информация так же может быть представлена как в виде столбиковой диаграммы, так и виде паутины. При выполнении позиционирования и анализе удовлетворенности клиентов студент может использовать и любые другие методики, и способы, в том числе и более точные.

Анализ удовлетворенности может быть использован не только по отношению к внешним клиентам фирмы, но и по отношению к персоналу фирмы (сотрудники, отделы и т.д.) при прохождении практики в подразделениях, не имеющих выход на внешнего клиента. Результаты анализа предоставляются как в текстовой, так и в графической форме.

При анализе корпоративной культуры студенты должны использовать различные оценочные материалы, тесты и анкеты. Для анализа стиля руководства и характеристики поведения руководителя использование тестов обязательно. Информация представляется как в текстовой форме, так и в форме таблиц и обобщающих схем.

Для характеристики организационной культуры при анализе рабочего времени может быть использован дневник рабочего времени, являющийся разновидностью самофотографирования). Работы (затраты рабочего времени) в нем записываются в той последовательности в которой выполняются. Анализ результатов исследования представляется как в текстовой, так и в табличной форме и в виде диаграмм. Следует отметить, что результат исследования расхода времени на выполнение основной работы и характеристику потерь времени и их причин логично представить в разных таблицах или диаграммах.

Конкретный инструментарий исследования зависит цели, которая должна быть достигнута при прохождении производственной преддипломной практики, подбирается и согласовывается с руководителем практики.

В тексте пояснительной записки описывают и обосновывают формы и методы экспериментального исследования, доказывают соответствие используемых методов цели и задачам работы.

III этап. Проведение эмпирического исследования и анализ его результатов.

На данном этапе автор описывает ход практического исследования (где, когда и в течение какого времени проводилось исследование, в индивидуальной или групповой форме) и находит объяснение выявленным фактам. Этот раздел может быть посвящен количественному и качественному анализу результатов экспериментальной работы.

При обработке результатов экспериментального исследования рекомендуется использование специальных методов количественной обработки полученных данных, которые подтверждают достоверность и обоснованность результатов исследования и выводов. Количественный анализ результатов представляется в таблицах, графиках, схемах, которые должны быть пронумерованы, иметь название и подробное описание.

IV этап. Разработка рекомендаций и мероприятий по повышению эффективности деятельности предприятия (организации).

Основным компонентом преддипломной практики являются рекомендации для предприятия (организации) по изменению, улучшению, совершенствованию современного состояния исследуемой проблемы и т.д. Определяется также круг вопросов, требующих более глубокой разработки, и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

В этой части решаются следующие основные задачи:

- разработка конкретных рекомендаций по решению проблем, выявленных и обоснованных на III этапе;
- поиск и обоснование выбора мероприятий (вариантов решения) по устранению выявленных недостатков.

Содержание этого раздела определяется как особенностями выбранной темы ВКР, так и спецификой конкретного объекта исследования. Все предложения и рекомендации должны быть конкретны и обоснованы.

Результаты прохождения производственной преддипломной практики оформляются в виде текстовой части (пояснительной записки в части эмпирического исследования) и наглядного материала. Требования к правилам оформления текстовой части установлены внутривузовским стандартом ВГУЭС СТО 1.005-2015. Система вузовской учебной документации. Общие требования к оформлению текстовой части дипломных, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления. В тексте обязательно даются ссылки на используемые в работе литературные и другие информационные источники.

### **Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по практике созданы фонды оценочных средств (Приложение 1).

## **9 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики**

### **9.1 Основная литература**

1. Баймишев Р.Х.. Преддипломная практика: методические указания / Долгошева Е.В., Романова Т.Н., Кашина Д.Ш.; Баймишев Р.Х. — Кинель : ИБЦ Самарского ГАУ, 2024 .— 26 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/884095> (дата обращения: 18.07.2024)
2. Бурняшева, Л. А., Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. А. Бурняшева. — Москва : КноРус, 2023. — 428 с. — ISBN 978-5-406-10452-1. — URL: <https://book.ru/book/948831> (дата обращения: 26.10.2025). — Текст : электронный.

## **9.2 Дополнительная литература**

1. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения/ Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 192 с. — ISBN 978-5-507-48586-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/359042> (дата обращения: 27.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Социология и психология управления сервисной деятельностью в транспортной сфере : Сервис и туризм [Электронный ресурс] : Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации , 2017 - 29 - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/145736>

## **9.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
2. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
3. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"
4. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>
5. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

## **10 Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики, и перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения (при необходимости)**

### Основное оборудование:

- Проектор

### Программное обеспечение:

- Adobe Acrobat Reader
- Microsoft Office 2010 Standart

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по практике

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

Направление и направленность (профиль)  
43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе

Год набора на ОПОП  
2022

Форма обучения  
очная

Владивосток 2025

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

## 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по практике

Контролируемые планируемые результаты обучения		Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
РД1	Знание : порядка проведения экспертизы объектов сервиса на авиатранспортном предприятии	Собеседование	Отчет по практике
РД2	Знание : методов проведения экспертизы объектов сервиса на авиатранспортном предприятии	Собеседование	Отчет по практике
РД3	Знание : действующих в системе авиатранспорта правовых норм и правил	Собеседование	Отчет по практике
РД4	Умение : выполнять работы по оценке готовности авиатранспортного предприятия к осуществлению обслуживания в процессе авиаперевозки	Собеседование	Отчет по практике
РД5	Знание : сущности процесса обслуживания пассажиров в авиатранспортном агентстве	Собеседование	Отчет по практике
РД6	Умение : выполнять работы по осуществлению процесса обслуживания пассажиров в авиатранспортном агентстве	Собеседование	Отчет по практике
РД7	Знание : сущности процесса обслуживания пассажиров и их багажа на территории аэровокзала	Собеседование	Отчет по практике
РД8	Умение : анализировать процесс обслуживания пассажиров на аэровокзале и выявлять проблемы	Собеседование	Отчет по практике
РД9	Навык : использования методов анализа процесса обслуживания пассажиров для выявления проблем	Собеседование	Отчет по практике

РД10	Знание : сущности процесса обслуживания пассажиров на воздушном судне	Собеседование	Отчет по практике
РД11	Знание : особенностей процесса обслуживания грузоотправителей и грузополучателей	Собеседование	Отчет по практике
РД12	Умение : выполняет работы по организации технологического процесса обслуживания грузоотправителей и грузополучателей	Собеседование	Отчет по практике
РД13	Знание : рисков при работе авиатранспортного предприятия	Собеседование	Отчет по практике
РД13	Умение : оценивать возможные риски на авиатранспортном предприятии	Собеседование	Отчет по практике
РД14	Знание : требований безопасности на авиатранспорте на каждом этапе процесса обслуживания пассажиров	Собеседование	Отчет по практике
РД15	Умение : анализировать и оценивать соответствие требованиям безопасности на авиатранспорте на каждом этапе процесса обслуживания пассажиров	Собеседование	Отчет по практике
РД16	Знание : порядка действий служб сервиса в условиях чрезвычайной ситуации, связанный с актами незаконного вмешательства в деятельность Гражданской авиации	Собеседование	Отчет по практике

#### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по практике равна 100 баллам.

	Самостоятельная работа	Собеседование	Отчет по практике	
	60	10	30	100
Итого	60	10	30	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умеет применять их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» /	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.

	«неудовлетворительно»	
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

## 5 Примерные оценочные средства

### 5.1 отчёт по практике

1. Характеристика деятельности предприятия с учетом следующих аспектов:

- Бизнес-модель и динамика развития предприятия, организационно-функциональная структура предприятия и подразделения; характеристика персонала подразделения и функциональных обязанностей сотрудников.
- Анализ положения предприятия на рынке услуг (федеральном, региональном, локальном): проанализировать факторы конкурентоспособности на рынке услуг (PEST-анализ), выявить слабые и сильные стороны, возможности и угрозы путем выполнения SWOT-анализа.
- Анализ организации работы по обеспечению безопасности деятельности сотрудников.
  - Анализ практикуемых на предприятии коммуникативных взаимодействий между авиапассажирами и сотрудниками аэропорта с характеристикой всех выделенных особенностей с применением современных методов исследования.

1. Выполнение задач, поставленных перед практикантом в соответствии с темой ВКР:

- Выполнение эмпирического исследования в соответствии с темой ВКР.
- Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности сервисного предприятия в аспекте темы ВКР.
- Анализ и систематизация собранной в ходе практики информации для написания ВКР.

1. Представление результатов практики в форме отчета по практике

#### *Краткие методические указания*

И этап. Изучение деятельности предприятия (организации). Деятельности предприятия изучается по следующим позициям:

- дается общая характеристика организации и ее подсистем;
- проводится анализ корпоративной культуры;
- проводится анализ организационной культуры;
- характеризуется работа с клиентами.

В *общих сведениях об организации* указывается следующее: название, краткая историческая справка, цель создания, место расположения, полезность деятельности, социальная значимость, вид предприятия, его организационно-правовая форма, форма собственности, мощность предприятия, уровень специализации, общие сведения об объеме производимой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг, объем продаж, численности работающих, перспективы развития организации с учетом возможностей рынка, целевой рынок предприятия, характеристика внешней среды, позиция на целевом рынке в сравнении с конкурентами.

При характеристике подсистем деятельности необходимо представить схему организационной структуры предприятия в целом и организационную схему структурного

подразделения – места прохождения практики. Дать характеристику функциональных обязанностей, функциональных взаимосвязей, характера организационных отношений, характера иерархических связей между структурными подразделениями, службами и сотрудниками, выполняющими работу по управлению деятельностью организации и относящихся к административной подсистеме (дирекция, отдел кадров, общий отдел, юридическая служба, служба охраны труда, бухгалтерия, секретариат и т.д.). Определить права и обязанности должностных лиц, регламентацию работ, уровень самостоятельности в принятии решений, соответствие прав и обязанностей сотрудников, уровень делегирования полномочий, способы принятия управленческих решений, управление информационными потоками сверху вниз и снизу вверх.

При характеристике процессов управления обратить особое внимание на такие типовые составляющие как: планирование, организация, учет, контроль, регулирование, в том числе способы получения информации и ее анализа, разработка планов действий, мотивация сотрудников и обеспечение их необходимыми ресурсами, форма и способ получения информации о результатах работы, система контроля и анализа причин отклонений, способы корректировки планов, виды поощрений и наказания сотрудников, способы стимулирования сотрудников и т.д. Дать характеристику основных бизнес-процессов компании, обеспечивающих создание продукта. Для сервисных фирм, оказывающих конституционные или потребительские услуги, дать характеристику всего ассортимента услуг, вариаций моделей-предложений, их вариабельность, модульность и способы формирования.

Дать анализ особенностей основных бизнес-процессов, определяемых спецификой деятельности фирмы. При этом к специфическим особенностям относятся такие как: условия организации деятельности, правовые и регламентирующие правила; стандартные нормы и требования, специфика работ с клиентами, возможные риски, квалификационные требования к персоналу, формы и методы обслуживания, классность предоставляемых услуг, особенности конкурентной среды и др.

Дать характеристику организации работ по обеспечению жизнедеятельности фирмы: эксплуатация помещений, инженерных коммуникаций и прилегающих к зданию территорий; организация питания и отдыха работников, организация приемов и совещаний.

При анализе вспомогательных процессов деятельности организации всю их совокупность рационально сгруппировать по четырем основным направлениям:

- эксплуатационно-технические – содержание материальных объектов;
- социальные – обеспечение деятельности персонала;
- представительские – создание имиджа организации;
- снабжение – материально-техническое обеспечение.

При анализе процессов управления, имеющих социальную направленность, необходимо обратить особое внимание на формирование рабочего пространства, на соответствие условий труда требованиям эргономики, нормам микроклимата (ГОСТ 12.1.005-88 ССПТ), качество визуальных характеристик, планировку рабочих мест, организацию питания и отдыха работников.

При характеристике организации материально-технического обеспечения отметить систему формирования и утверждения заявок, уровень самостоятельности ответственных за данную деятельность работников, принципы нормирования, факторы определяющие выбор поставщика, способы доставки товаров в фирму, контроль за расходованием ресурсов, и другие аспекты данного вида сервисной деятельности.

При характеристике представительской составляющей вспомогательных процессов обратить внимание на систему согласования принимаемых решений, квалификацию ответственных за данные виды работ и систему доставки услуги (своими силами или силами сторонних специалистов).

При характеристике эксплуатационно-технических процессов отметить систему организации данного вида работ, наличие специалистов в штате фирмы, способы доставки услуг и ответственных за их организацию.

При анализе *корпоративной культуры* следует провести оценку таких элементов корпоративной культуры как: межличностные отношения персонала, отношение к работе, модели поведения в разных ситуациях, стиль общения, ценностные ориентации, философия компании, традиции, обычаи, ритуалы, обряды, символы, лозунги, убеждения, верования, легенды и мифы, идеология, эмблемы, нормы, принципы.

При анализе ценностей организации рассмотреть наиболее типичные сферы, в которых ценности могут прямо или косвенно отражаться: показатели работы, компетентность, конкурентоспособность, инновации и отношение членов организации к новому, к переменам; качество, обслуживание клиента (заказчика, партнера, потребителя), работа в командах, ориентированность на решение личных проблем или инструментальных задач, забота о людях. Отметить позитивные ценности, поддерживающие достижение организационных целей и негативные, отрицательно влияющие на организационную эффективность.

При анализе норм и правил поведения отметить степень их формализованности, наличия стандартов поведения, дать общую характеристику этических норм и стиля поведения принятых в коллективе. При характеристике норм и правил поведения рассмотреть такие аспекты как: стиль управления (руководства); отношение подчиненных к своим руководителям (и наоборот); ориентация людей на сотрудничество или соперничество, характер взаимодействия между работниками и организацией (ориентация на самостоятельность, независимость или конформизм, лояльность); преобладающая производственная этика; социально допустимая дистанция между руководителями и подчиненными; статус (наличие или отсутствие символов статуса); амбиции (одобрение такого поведения или другое отношение); лояльность; доступность и др.

При характеристике видимых и осязаемых аспектов корпоративной культуры дать характеристику установившихся в компании ритуалов, праздников, обычаев, обрядов, церемоний и других стандартных мероприятий проводимых по специальному поводу.

Охарактеризовать такие ее элементы как: архитектура; место расположения; внешний вид производственных помещений, офисов; интерьер; рабочее место; эмблемы; символика; товарные знаки, цвета; униформа персонала; парковка и т.д.

Для характеристики *организационной культуры* необходимо определить форму власти и влияния (власть основанная на принуждении, вознаграждении, экспертная, эталонная, законная, основанная на традициях); охарактеризовать стиль руководства (авторитарный, либеральный, демократический); модель идеологии культуры (идеология власти, роли, задачи и личности одного человека (Роджер Харисон)).

Дать характеристику процессу коммуникации, его этапы и стадии; определить наличие неформальных групп; выявить уровень продуктивности прохождения информационных потоков от отправителя к различным адресатам структур организации, алгоритмы передачи и сбора информации, проанализировать причины искажения информации.

Дать полный перечень функциональных обязанностей сотрудников отдела или подразделения – места прохождения практики, в том числе дать подробную спецификацию работ соответствующих рабочему месту практики. В зависимости от места прохождения практики объектами исследования могут быть функциональные обязанности офисменеджеров, менеджеров по управлению персоналом, менеджера по работе с клиентами, менеджеров по организации процессов сервисного обслуживания, работа сотрудников непосредственно выполняющих обслуживание клиентов, менеджеров по управлению офисом и другие штатные должности, соответствующие квалификационной характеристике направления подготовки «Сервис».

Дать характеристику содержания работы, специфических особенностей различного вида работ, технических и этических параметров работы, квалификационных требований и компетенций, необходимых для успешной работы на исследуемой должности. Составить детальную характеристику наиболее значимых и типичных видов работ, прописав их по простейшим операциям (шагам и элементам). Представить алгоритм выполнения работ в виде блок схемы, включающей выполнение элементов работ, элементы согласования и принятия решений; время простоев и ожидания, связанных со спецификой работы, системой управления или происходящих по вине сотрудников вследствие плохой координации действий.

Объектом детальной характеристики могут быть такие виды деятельности как работа с клиентом при приеме заказа, работа с документами, телефонные переговоры, обучение персонала, организация выставок и презентаций, организация переговоров и совещаний, формирование заявок на обеспечение материальными ресурсами, организация и контроль за работой обслуживающего персонала; работа с корреспонденцией, подготовка, печать и согласование нормативных документов, организация закупки и доставки материальных ресурсов (например, техники, канцелярских товаров), процессы отбора и приема персонала и т.д.

Дать характеристики структуры затрат рабочего времени специалистов отдела, подразделения или офиса в целом. Определить соответствие (несоответствие) этих затрат функциональным обязанностям специалиста и плановым стандартным затратам принятым в данной фирме оптимальным по мнению руководителей.

Для *характеристики работы с клиентами* необходимо провести анализ организации работы с клиентами. Определить проблемы в обслуживании в аспекте анализа потребностей клиентов. Рассмотреть: формирование ассортиментной политики, способы продвижения услуг, акции по привлечению клиентов, процесс оказания услуг, дать анализ конфликтных ситуаций и проблем при работе с клиентами. Проанализировать способы регулирования спроса и предложения на оказываемые организацией услуги, рассмотреть формирование ассортиментной и ценовой политики; другие формы и методы привлечения клиентов.

Следует обратить внимание студентов, что излагаемый материал не должен носить описательный характер деятельности предприятия (иногда рекламного стиля), а посвящен анализу проблемы (темы). Поэтому общая характеристика предприятия может быть изложена только в контексте рассматриваемой проблемы.

II этап. Выбор методов исследования эмпирической части ВКР в соответствии с ее темой. Целью данного этапа является обоснованный выбор студентом основных и специальных методов анализа и систематизации информации в среде профессиональной деятельности. При этом используются всевозможные тестовые методики, опросники и другие методы исследования.

Так, при описании общей характеристики предприятия анализ позиционирования фирмы (положения компании относительно конкурентов) проводится как в целом, так и по наиболее важным для клиентов показателям разными способами. Первый способ заключается в оценке процента респондентов, отнесших данную компанию к самой лучшей, лучше многих других, примерно такой же, как и многие другие, хуже многих других, самой худшей. Построенная на основании полученных данных диаграмма дает наглядную характеристику сравнительного положения фирмы на целевом рынке. При втором способе анализа положения фирмы на рынке по отношению к конкурентам клиентам предлагается оценить деятельность как исследуемой фирмы так и ее конкурентов как в целом, так и по отдельным важным для клиента показателям (например, широта ассортимента, уровень цен, качество предоставляемых услуг или товара, предупредительность и квалификация персонала и другие) по 10 бальной шкале. Результат определяется как среднее значение всех значений показателя. В этом случае результаты

исследования могут быть представлены как в виде отдельных столбиковых диаграмм, так и в виде диаграммы «паутина».

Для государственных и муниципальных организаций, не имеющих конкурентов, рекомендуется провести экспресс-анализ удовлетворенности клиентов деятельностью фирмы. Анализ удовлетворенности клиентов может быть так же произведен разными методами, в том числе:

- методом расчета количества клиентов, отвечающих, что результаты превзошли их ожидания, что они полностью удовлетворены оказанными услугами; что в общем и целом удовлетворены, удовлетворены в большей степени, чем не удовлетворены (или частично удовлетворены); не удовлетворены в большей степени, чем удовлетворены, не удовлетворены, услуга практически не оказана. В зависимости от рода деятельности перечень и формулировка обобщенных показателей может меняться, при сохранении общего смысла от лучшего до худшего. Построенная на основании полученных данных диаграмма даст наглядную характеристику уровня удовлетворенности клиентов.

- путем анализа удовлетворенности клиентов как в целом деятельностью фирмы, так и по отдельным показателям может проводиться по 10 балльной шкале. Итоговый результат определяется, как среднее значение по каждому показателю и по обобщенной оценке. При этом следует обратить внимание на диапазон колебания оценок, выявить показатели, имеющие неоднозначные диаметрально противоположные ответы. В этом случае информация так же может быть представлена как в виде столбиковой диаграммы, так и виде паутины. При выполнении позиционирования и анализе удовлетворенности клиентов студент может использовать и любые другие методики, и способы, в том числе и более точные.

Анализ удовлетворенности может быть использован не только по отношению к внешним клиентам фирмы, но и по отношению к персоналу фирмы (сотрудники, отделы и т.д.) при прохождении практики в подразделениях, не имеющих выход на внешнего клиента. Результаты анализа предоставляются как в текстовой, так и в графической форме.

При анализе корпоративной культуры студенты должны использовать различные оценочные материалы, тесты и анкеты. Для анализа стиля руководства и характеристики поведения руководителя использование тестов обязательно. Информация представляется как в текстовой форме, так и в форме таблиц и обобщающих схем.

Для характеристики организационной культуры при анализе рабочего времени может быть использован дневник рабочего времени, являющийся разновидностью самофотографирования). Работы (затраты рабочего времени) в нем записываются в той последовательности в которой выполняются. Анализ результатов исследования представляется как в текстовой, так и в табличной форме и в виде диаграмм. Следует отметить, что результат исследования расхода времени на выполнение основной работы и характеристику потерь времени и их причин логично представить в разных таблицах или диаграммах.

Конкретный инструментарий исследования зависит цели, которая должна быть достигнута при прохождении производственной преддипломной практики, подбирается и согласовывается с руководителем практики.

В тексте пояснительной записки описывают и обосновывают формы и методы экспериментального исследования, доказывают соответствие используемых методов цели и задачам работы.

III этап. Проведение эмпирического исследования и анализ его результатов.

На данном этапе автор описывает ход практического исследования (где, когда и в течение какого времени проводилось исследование, в индивидуальной или групповой форме) и находит объяснение выявленным фактам. Этот раздел может быть посвящен количественному и качественному анализу результатов экспериментальной работы.

При обработке результатов экспериментального исследования рекомендуется использование специальных методов количественной обработки полученных данных,

которые подтверждают достоверность и обоснованность результатов исследования и выводов. Количественный анализ результатов представляется в таблицах, графиках, схемах, которые должны быть пронумерованы, иметь название и подробное описание.

IV этап. Разработка рекомендаций и мероприятий по повышению эффективности деятельности предприятия (организации).

Основным компонентом преддипломной практики являются рекомендации для предприятия (организации) по изменению, улучшению, совершенствованию современного состояния исследуемой проблемы и т.д. Определяется также круг вопросов, требующих более глубокой разработки, и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

В этой части решаются следующие основные задачи:

- разработка конкретных рекомендаций по решению проблем, выявленных и обоснованных на III этапе;
- поиск и обоснование выбора мероприятий (вариантов решения) по устранению выявленных недостатков.

Содержание этого раздела определяется как особенностями выбранной темы ВКР, так и спецификой конкретного объекта исследования. Все предложения и рекомендации должны быть конкретны и обоснованы.

#### *Шкала оценки*

Результаты прохождения производственной преддипломной практики оформляются в виде текстовой части (пояснительной записки в части эмпирического исследования) и наглядного материала. Требования к правилам оформления текстовой части установлены внутривузовским стандартом ВГУЭС СТО 1.005-2015. Система вузовской учебной документации. Общие требования к оформлению текстовой части дипломных, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления. В тексте обязательно даются ссылки на используемые в работе литературные и другие информационные источники.

## **5.2 Примерный перечень вопросов по темам и для проведения собеседования**

### **Блок 1. Организация практики и функционал студента**

- Где проходила практика (наименование и профиль организации)?
- Какова была ваша должность или роль во время практики?
- Какие основные задачи вы выполняли?
- Какие инструменты цифровых коммуникаций использовались на предприятии?
- Какие результаты вашей деятельности были наиболее значимыми?

### **Блок 2. Профессиональные компетенции**

- Объясните разницу между digital-маркетингом и digital-коммуникацией.
- Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются для оценки digital-кампаний?
- Как осуществляется анализ клиентского опыта (Customer Experience) в digital-сервисах?
- Расскажите о применении CRM-систем или аналитических инструментов на предприятии.
- Какие методы вовлечения потребителя через digital-каналы вы использовали или наблюдали?

### **Блок 3. Аналитика и проектная деятельность**

- Какие аналитические данные о клиентском поведении вы обрабатывали?
- Опишите один реализованный вами мини-проект или кейс.

- Какие выводы и рекомендации вы предложили организации по итогам анализа digital-коммуникаций?
- Как реализуется интеграция digital-инструментов в сервисной компании?

#### **Блок 4. Рефлексия и самооценка**

- Какие компетенции вы развили за время практики?
- С какими трудностями столкнулись и как их преодолели?
- Как полученный опыт поможет вам в профессиональной деятельности?

*Краткие методические указания*

#### **Методические указания к собеседованию**

##### **Цель**

**собеседования:**

Проверить степень усвоения студентом профессиональных компетенций, полученных в ходе преддипломной практики, оценить умение анализировать результаты своей деятельности, аргументировано представлять выводы и применять профессиональные знания на практике.

##### **Форма проведения:**

- Индивидуальное собеседование (возможно в присутствии комиссии);
- Длительность 10–15 минут;
- Основано на отчете, дневнике практики и презентации (при наличии).

##### **Содержание собеседования:**

###### **1. Организационно-вводная часть (2–3 минуты)**

- Представление студента и базы практики;
- Краткий обзор целей и задач практики.

###### **1. Основная часть (8–10 минут)**

- Вопросы по содержанию выполняемых заданий;
- Описание использованных технологий и инструментов диджитал-коммуникации;
- Анализ результатов и выводов, сделанных в ходе практики;
- Обоснование предложений по совершенствованию коммуникационной деятельности.

###### **1. Заключительная часть (2 минуты)**

- Самооценка студентом уровня профессиональных компетенций;
- Ответы на уточняющие вопросы комиссии.

##### **Рекомендуемый набор компетенций для оценки:**

- Умение планировать и реализовывать цифровые коммуникации в сфере сервиса (ПК-1).
- Владение инструментами аналитики и продвижения в интернете (ПК-2).
- Навыки взаимодействия с клиентами и партнерами в цифровой среде (ПК-3).
- Способность к профессиональной рефлексии и самооценке (ОПК-1).

*Шкала оценки*

### Критерии оценки собеседования

Критерий	Описание показателя	Баллы
<b>Понимание целей и задач практики</b>	Студент четко формулирует цели, задачи, описывает полученные результаты	10
<b>Знание структуры и функций организации</b>	Демонстрирует понимание места своего подразделения и логики бизнес-процессов	10
<b>Профессиональные знания и применение инструментов</b>	Умеет раскрыть содержание практических заданий, владеет терминологией и методами диджитал-коммуникаций	25
<b>Аналитические способности</b>	Способен аргументированно оценить эффективность коммуникаций, привести данные, статистику, выводы	20
<b>Самостоятельность и инициативность</b>	Описывает собственный вклад, предложенные решения, усовершенствования	15
<b>Качество ответов и их обоснованность</b>	Ответы полные, логичные, подтверждены фактами из практики	10
<b>Культура речи и общий уровень презентации</b>	Ясность, грамотность, уверенность в изложении	10
<b>Итого</b>	Максимальная сумма	<b>100</b>

### Оценка по шкале:

- 90–100 баллов — отлично (высокий уровень компетенций)
- 75–89 баллов — хорошо (осознанное применение знаний)
- 60–74 балла — удовлетворительно (общие знания с недостатками)
- менее 60 баллов — неудовлетворительно (неусвоение профессиональных компетенций)

## Ключи к фондам оценочных средств

### Ключи к вопросам для собеседования

#### Блок 1. Организация практики и функционал студента

##### 1. Где проходила практика (наименование и профиль организации)?

###### Ожидаемый ответ:

Студент называет полное наименование организации, отрасль, основной профиль деятельности (например, маркетинговое агентство, ИТ-компания, туристический оператор, банк и т.д.). Описывает, в каком отделе/подразделении проходила практика.

###### Критерии оценки:

- **Отлично (9–10 баллов):** полное название, структура, специфика деятельности, понимание бизнес-модели.
- **Хорошо (7–8 баллов):** базовые данные об организации, общее описание профиля.
- **Удовлетворительно (5–6 баллов):** фрагментарная информация, неточности.
- **Неудовлетворительно (0–4 балла):** неспособность описать базу практики.

##### 2. Какова была ваша должность или роль во время практики?

###### Ожидаемый ответ:

Студент указывает конкретную должность (стажер, ассистент менеджера по маркетингу, SMM-специалист, помощник аналитика и т.п.), описывает свои функциональные обязанности.

###### Критерии оценки:

- **Отлично:** четкое описание роли и зоны ответственности, понимание места в команде.
- **Хорошо:** общее описание обязанностей без детализации.
- **Удовлетворительно:** размытое представление о функционале.
- **Неудовлетворительно:** не может сформулировать свою роль.

##### 3. Какие основные задачи вы выполняли?

###### Ожидаемый ответ:

Студент перечисляет конкретные задачи: разработка контент-плана, ведение соцсетей, подготовка рекламных материалов, сбор и анализ клиентских данных, участие в запуске digital-кампаний, работа с CRM и т.д.

###### Критерии оценки:

- **Отлично:** детальный перечень с примерами проектов и результатов.
- **Хорошо:** перечисление основных задач без детализации.
- **Удовлетворительно:** общие формулировки.
- **Неудовлетворительно:** затруднения в описании.

#### **4. Какие инструменты цифровых коммуникаций использовались на предприятии?**

##### **Ожидаемый ответ:**

Называет платформы и сервисы: соцсети (VK, Telegram, Instagram), email-маркетинг (Unisender, MailChimp), CRM (Битрикс24, amoCRM), аналитика (Яндекс.Метрика, Google Analytics), таргетированная реклама (VK Реклама, myTarget), чат-боты, мессенджеры.

##### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** перечисляет 5+ инструментов с пониманием их функций.
- **Хорошо:** называет 3–4 инструмента.
- **Удовлетворительно:** поверхностное знание 1–2 инструментов.
- **Неудовлетворительно:** не владеет информацией.

#### **5. Какие результаты вашей деятельности были наиболее значимыми?**

##### **Ожидаемый ответ:**

Студент приводит конкретные достижения: запуск рекламной кампании, рост подписчиков/охватов/конверсий, разработка стратегии контента, оптимизация клиентского пути, подготовка аналитических отчетов и рекомендаций.

##### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** конкретные метрики и результаты, видимый вклад.
- **Хорошо:** описание результатов без количественных показателей.
- **Удовлетворительно:** общие фразы без примеров.
- **Неудовлетворительно:** не может назвать результаты.

### **Блок 2. Профессиональные компетенции**

#### **6. Объясните разницу между digital-маркетингом и digital-коммуникацией.**

##### **Ожидаемый ответ:**

**Digital-маркетинг** — комплекс действий по продвижению товаров/услуг с использованием цифровых каналов (реклама, SEO, контекст, email-кампании); фокус на продажах и конверсии.

**Digital-коммуникация** — процесс взаимодействия бренда с аудиторией через цифровые каналы с целью формирования отношений, лояльности, репутации; включает контент, комьюнити-менеджмент, обратную связь.

##### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** четкое разграничение понятий, примеры.
- **Хорошо:** общее понимание различий.
- **Удовлетворительно:** путаница в определениях.
- **Неудовлетворительно:** не видит разницы.

## **7. Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются для оценки digital-кампаний?**

### **Ожидаемый ответ:**

Студент называет показатели: охват (Reach), вовлеченность (Engagement Rate), конверсия (CR), стоимость привлечения клиента (CAC), возврат инвестиций (ROI/ROMI), индекс лояльности (NPS), CTR, показатель отказов, время на сайте и т.д.

### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** называет 5+ KPI с объяснением их значения.
- **Хорошо:** называет 3–4 показателя.
- **Удовлетворительно:** знает 1–2 основных метрики.
- **Неудовлетворительно:** не владеет понятием KPI.

## **8. Как осуществляется анализ клиентского опыта (Customer Experience) в digital-сервисах?**

### **Ожидаемый ответ:**

Включает: построение карты пути клиента (Customer Journey Map), сбор обратной связи (опросы, NPS), анализ поведения на сайте/в приложении (вебвизор, тепловые карты), мониторинг отзывов и комментариев, юзабилити-тестирование, А/В-тестирование интерфейсов.

### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** комплексное описание методов и инструментов.
- **Хорошо:** перечисление основных подходов.
- **Удовлетворительно:** поверхностное знание.
- **Неудовлетворительно:** не понимает концепцию CX.

## **9. Расскажите о применении CRM-систем или аналитических инструментов на предприятии.**

### **Ожидаемый ответ:**

Студент описывает, какая CRM использовалась (Битрикс24, amoCRM, Salesforce), для чего (управление клиентской базой, автоматизация продаж, сегментация, рассылки), какие аналитические инструменты применялись (Яндекс.Метрика, Google Analytics, Roistat), какие отчеты формировались.

### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** конкретные примеры работы с системой, понимание функционала.
- **Хорошо:** общее описание назначения CRM.
- **Удовлетворительно:** поверхностное представление.
- **Неудовлетворительно:** не работал с CRM/аналитикой.

## **10. Какие методы вовлечения потребителя через digital-каналы вы использовали или наблюдали?**

### **Ожидаемый ответ:**

Интерактивный контент (опросы, викторины, конкурсы), геймификация, персонализированные рассылки, таргетинг по интересам, работа с лидерами мнений (инфлюенсерами), вебинары и прямые эфиры, чат-боты для быстрого ответа, UGC (пользовательский контент), комьюнити-менеджмент.

### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** называет 4+ методов с примерами из практики.
- **Хорошо:** 2–3 метода.
- **Удовлетворительно:** общее представление без примеров.
- **Неудовлетворительно:** не может назвать методы.

## **Блок 3. Аналитика и проектная деятельность**

### **11. Какие аналитические данные о клиентском поведении вы обрабатывали?**

### **Ожидаемый ответ:**

Данные о демографии (возраст, пол, география), поведении на сайте (просмотры, время, глубина), источниках трафика, конверсиях, воронке продаж, сегментации аудитории, анализ отзывов и обращений, LTV (пожизненная ценность клиента).

### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** подробное описание типов данных и методов их обработки.
- **Хорошо:** перечисление основных показателей.
- **Удовлетворительно:** общие формулировки.
- **Неудовлетворительно:** не обрабатывал данные.

### **12. Опишите один реализованный вами мини-проект или кейс.**

### **Ожидаемый ответ:**

Студент структурированно описывает проект: задача (например, увеличение трафика на сайт), этапы реализации (анализ, разработка стратегии, запуск кампаний), использованные инструменты, результаты (количественные показатели), выводы.

### **Критерии оценки:**

- **Отлично:** полное описание проекта с данными и анализом результатов.
- **Хорошо:** описание проекта без детальной метрики.
- **Удовлетворительно:** фрагментарное описание.
- **Неудовлетворительно:** не может привести пример.

### **13. Какие выводы и рекомендации вы предложили организации по итогам анализа digital-коммуникаций?**

**Ожидаемый ответ:**

Студент формулирует конкретные рекомендации: улучшение контент-стратегии, расширение присутствия в новых каналах, оптимизация рекламных кампаний, внедрение автоматизации, персонализация коммуникаций, улучшение UX сайта, работа с негативом в соцсетях.

**Критерии оценки:**

- **Отлично:** обоснованные рекомендации с аргументацией.
- **Хорошо:** общие предложения.
- **Удовлетворительно:** поверхностные идеи.
- **Неудовлетворительно:** не предложил рекомендаций.

**14. Как реализуется интеграция digital-инструментов в сервисной компании?****Ожидаемый ответ:**

Интеграция включает: связь CRM с сайтом и соцсетями, синхронизацию данных между платформами (email, реклама, аналитика), автоматизацию процессов (триггерные рассылки, чат-боты), омниканальность (единое клиентское пространство), использование API для обмена данными.

**Критерии оценки:**

- **Отлично:** системное понимание интеграции с примерами.
- **Хорошо:** общее представление о связи инструментов.
- **Удовлетворительно:** фрагментарное знание.
- **Неудовлетворительно:** не понимает концепцию интеграции.

**Блок 4. Рефлексия и самооценка****15. Какие компетенции вы развили за время практики?****Ожидаемый ответ:**

Студент называет профессиональные навыки (работа с SMM, аналитикой, CRM, контент-менеджмент) и универсальные компетенции (коммуникация, работа в команде, тайм-менеджмент, адаптивность, критическое мышление).

**Критерии оценки:**

- **Отлично:** осознанная рефлексия, связь с конкретными задачами.
- **Хорошо:** перечисление компетенций без глубокого анализа.
- **Удовлетворительно:** общие фразы.
- **Неудовлетворительно:** отсутствие самооценки.

**16. С какими трудностями столкнулись и как их преодолели?****Ожидаемый ответ:**

Студент честно описывает проблемы (нехватка опыта работы с инструментами, сложности адаптации, большой объем информации, технические сбои) и способы решения (обучение, консультации с наставником, самостоятельный поиск информации, работа над ошибками).

**Критерии оценки:**

- **Отлично:** конкретные примеры трудностей и конструктивные решения.
- **Хорошо:** описание проблем без детального анализа решений.
- **Удовлетворительно:** поверхностное описание.
- **Неудовлетворительно:** отрицание трудностей или неспособность их решить.

**17. Как полученный опыт поможет вам в профессиональной деятельности?****Ожидаемый ответ:**

Студент связывает практику с будущей карьерой: понимание реальных процессов, владение инструментами, готовность к работе в команде, формирование портфолио, выбор направления специализации (SMM, аналитика, CRM и т.д.), подготовка к ВКР.

**Критерии оценки:**

- **Отлично:** четкая связь опыта с карьерными планами и ВКР.
- **Хорошо:** общее понимание пользы практики.
- **Удовлетворительно:** размытые формулировки.
- **Неудовлетворительно:** не видит связи с профессией.

**Сводная шкала оценки собеседования**

Балльный диапазон	Оценка	Характеристика ответов
90–100	Отлично	Глубокое понимание всех блоков, уверенные ответы с примерами, владение терминологией, аналитический подход
75–89	Хорошо	Хорошее знание материала, ответы с небольшими недочетами, способность к анализу
60–74	Удовлетворительно	Базовое понимание, поверхностные ответы, затруднения в аргументации
< 60	Неудовлетворительно	Фрагментарные знания, неспособность ответить на ключевые вопросы, отсутствие профессиональной рефлексии

**Ключи к отчету по производственной преддипломной практике****1. Соответствие структуры и оформления отчета установленным требованиям****Ожидаемые элементы:**

- титульный лист, задание на практику/дневник, введение, характеристика предприятия, основные этапы/содержание работы, аналитическая часть, рекомендации, заключение, список источников, приложения;
- правильное оформление текста, грамотность, аккуратность.

**Критерии:**

- Все структурные разделы представлены и логично связаны (отлично)
- Могут отсутствовать менее значимые части (хорошо)
- Отчёт не структурирован, много недочётов по оформлению (удовлетворительно)
- Не соответствует требованиям (неудовлетворительно)

**2. Полнота и качество описания базы практики****Ожидаемые элементы:**

- Описание профиля организации, структуры, направления деятельности
- Анализ места подразделения в структуре, логика бизнес-процессов

**Критерии:**

- Организация описана предметно и аналитично с реальными примерами и схемами (отлично)
- Описание на базовом уровне (хорошо)
- Фрагментарно, недостаточно (удовлетворительно)
- База не представлена (неудовлетворительно)

**3. Подробность анализа выполняемых заданий и самостоятельность****Ожидаемые элементы:**

- Описание всех этапов практики, конкретных заданий (контент, аналитика, SMM, взаимоотношение с клиентом и др.)
- Анализ цифровых коммуникаций, указание используемых инструментов, сервисов
- Демонстрация самостоятельного решения рабочих задач, инициатив

**Критерии:**

- Подробные описания, есть примеры выполненных работ, анализ выбранных решений (отлично)
- Описание краткое, но ключевые этапы отражены (хорошо)
- Фрагментарные сведения, доминируют общие слова (удовлетворительно)
- Задания не описаны или скопированы с чужих материалов (неудовлетворительно)

**4. Аналитическая часть и использование цифровых инструментов****Ожидаемые элементы:**

- Проведён анализ эффективности digital-коммуникаций, использованы реальные метрики (охваты, вовлечённость, конверсии, KPI, аналитику клиентского опыта)

- Работа с CRM, СММ-платформами, статистикой
- Формулировка обоснованных выводов

**Критерии:**

- Аргументированные выводы, грамотный анализ и визуализации (скриншоты, диаграммы) (отлично)
- Частично проведен анализ, данные ограничены (хорошо)
- Аналитика номинальна или отсутствует (удовлетворительно)
- Копипаст, отсутствие анализа (неудовлетворительно)

**5. Наличие и качество выводов, рекомендаций и связи с темой ВКР**

**Ожидаемые элементы:**

- Конкретные рекомендации по улучшению коммуникаций/бизнес-процессов на базе анализа
- Прямое указание, как полученный опыт будет использован для ВКР
- Логичность, соответствие задачам практики и профилю обучения

**Критерии:**

- Выводы и рекомендации содержательные, аргументированы, связаны с темой ВКР (отлично)
- Без привязки к ВКР, но есть грамотные предложения (хорошо)
- Формальные выводы или рекомендации (удовлетворительно)
- Нет выводов, формулировки формальные (неудовлетворительно)

**6. Оценка универсальных и профессиональных компетенций**

**Ожидаемые элементы:**

- Отражение освоения профессиональных навыков (планирование и организация цифровых коммуникаций, аналитика, СММ, CRM)
- Демонстрация Soft Skills: коммуникация, работа в команде, управление временем
- Самооценка, рефлексия студентом

**Критерии:**

- Чётко показана динамика формирования компетенций, рефлексия (отлично)
- Перечислены освоенные навыки без анализа (хорошо)
- Описаны поверхностно (удовлетворительно)
- Компетенции не отражены (неудовлетворительно)

### Суммарная оценка и шкала

Балльный диапазон	Оценка	Краткая характеристика
90–100	Отлично	Полный, самостоятельный, аналитичный отчёт
75–89	Хорошо	Выполнены основные требования, есть анализ
60–74	Удовл.	Много недостатков, анализ формальный
<60	Неуд.	Нет самостоятельности, ошибок много