

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

**(ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Направление подготовки

Реклама и связи с общественностью

Код

42.03.01

Направленность (профиль)

**Реклама и PR-коммуникации в коммерческих
структурах**

Квалификация выпускника

Бакалавр

Содержание:

1. Вид практики, способы и формы ее проведения
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место практики в структуре ОПОП
4. Объем практики
5. Содержание практики
6. Формы отчетности по практике
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности». Производственная практика запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная.

Цель производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности): закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по группе изучаемых дисциплин, приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработку умений применять их при решении конкретных вопросов в сфере рекламно-маркетинговой и публич-релейшнз деятельности. Практика предполагает введение студента в производственно-технологический процесс и получение студентом первичных профессиональных навыков и умений разработки организационно-технологических этапов изготовления рекламного и/или пиар-продукта.

Задачами производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) являются:

- развитие и накопление специальных навыков;
- развитие навыков решения конкретных организационно-производственных и творческих процессов;
- изучение деятельности рекламной и/или PR- службы организации любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристской и других сферах деятельности, в том числе в рекламных и/или PR-агентствах; маркетинговых отделах организаций и предприятий;
- приобретение и развитие практических умений и навыков по выполнению должностных обязанностей специалистов вышеперечисленных структур.
- участие в практической работе, связанной с анализом и использованием нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности с осуществлением основных функций специалиста сферы рекламной и пиар-деятельности;
- освоение способов сбора и обработки информации, необходимой для выполнения основных функциональных обязанностей в сфере рекламной и пиар-деятельности;
- участие в разработке и проведении рекламных и пиар-кампаний или разработке других рекламных продуктов и/или пиар-проектов.

Базы производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) – PR- и рекламные отделы коммерческих организаций (как государственных, так и частных); PR- и рекламные агентства Москвы и других городов, редакции печатных периодических и специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс-службы предприятий и организаций.

Место прохождения практики определяется с учетом пожеланий обучающихся и может быть выбрано обучающимися самостоятельно.

Программа практики составлена в соответствии с:

1. Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. N 273-ФЗ;
2. Трудовым кодексом Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 13.07.2015);

3. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. №301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

4. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом № 997 от 11.08.2016 г.

5. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования».

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и содержание компетенции	Планируемые результаты освоения (показатели освоения компетенции)
<p>ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	<p>Знать: - знать основы ораторского искусства и культуры речи</p> <p>Уметь: - использовать в устной и письменной речи разнообразные средства и тактики речевого общения для реализации различных целей; - логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; анализировать логику рассуждений, высказываний и действий.</p> <p>Владеть: - способностью аргументировано и этически корректно отстаивать собственную позицию и рационально критически анализировать позиции для решения задач межличностного взаимодействия.</p>
<p>ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: - понятие, виды, структуру, приемы и техники общения; социально-психологические механизмы общения; - объективные и субъективные «барьеры» общения; - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и их влияние на общение</p> <p>Уметь: - организовывать процесс эффективной работы коллектива; - работать самостоятельно и в коллективе; - руководить людьми и подчиняться; - определять социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Владеть: - навыком эффективного общения с другими людьми с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий</p>
<p>ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с</p>	<p>Знать: - основы связей с общественностью; - основы социокультурной деятельности; - функции пиар-специалиста</p> <p>Уметь: - планировать коммуникационные кампании в сфере бизнеса и других сферах;</p>

<p>общественностью в различных структурах</p>	<p>- выстраивать рабочие процессы отдела по связям с общественностью. Владеть: - навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; - современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения</p>
<p>ОПК-2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	<p>Знать: - основы организационной работы в рекламных и PR-отделах; - должностные обязанности менеджера по рекламе и PR-специалиста Уметь: - применять профессиональные знания в области работы в рекламных и PR-отделах; - разрабатывать рекламные и PR-кампании и иные мероприятия, участвуя в командных проектах фирмы Владеть: - навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).</p>
<p>ОПК-3 владение базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>	<p>Знать: - специфику различных жанров рекламных и PR-текстов; - основные типы текстов (описание, повествование, рассуждение), - - разнообразные языковые средства для придания выразительности рекламным текстам Уметь: - создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет; - редактировать тексты с учетом запроса целевых и ключевых аудиторий Владеть: - различными формами, видами устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности; - технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности - культурой речи.</p>
<p>ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>Знать: - основы международных связей с общественностью; Уметь: - планировать коммуникационную кампанию в сфере международной культурной деятельности; - конструировать положительный имидж организации, ведомства, страны при помощи культурных проектов; Владеть: - навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; - современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения;</p>
<p>ОПК-5</p>	<p>Знать:</p>

<p>умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	<p>-основы формирования мягкой силы государства Уметь: -конструировать положительный имидж организации, ведомства, страны при помощи культурных проектов; Владеть: -основами разработки коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>
<p>ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>Знать: - принципы работы с информационно-коммуникационными технологиями в сфере подготовки рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы Уметь: - применять принципы работы с рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы Владеть: -навыками работы в распространении рекламной продукции; - умением составлять и оформлять библиографические списки; - умением осуществлять профессиональную деятельность с учетом требований информационной безопасности</p>
<p>ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>Знать: - инструментарий средств и методов работы в рекламных и PR-отделах; Уметь: - осуществлять планирование и контроль рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; Владеть: - знаниями и навыками по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценке эффективности рекламной и PR - деятельности.</p>
<p>ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы</p>	<p>Знать: - теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия пресс служб и СМИ Уметь: участвовать в развитии проектно-аналитической и экспертно-консультационной деятельности; организовывать работу отдела по связям с общественностью, в отделах рекламы, в коммуникационных агентствах</p>

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения информационных технологий в производственном процессе.
<p>ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы методологии, сущность, закономерности управления персоналом; - различные подходы к классификации малых групп и коллективов; - основные подходы к определению состава и значимости требований к сотрудникам в малых группах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять программы адаптации, развития, оценки, мотивации, высвобождения персонала; - учитывать специфику отбора и оценки кандидатов на вакантные должности, требующие креативных специалистов; - организовывать процедуру приема персонала и оформлять соответствующую документацию <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки требований к персоналу и критериев подбора и расстановки персонала; - навыками организации отбора персонала для рекламной и PR-деятельности; - современными технологиями управления персоналом организации; - технологиями управления развитием персонала; - технологиями формирования лояльности, удовлетворенности персонала организации; технологиями управления различными коллективами, формирования команд в организации.
<p>ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы и виды документации; – проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – методы сбора информации; – основные разделы бизнес-плана. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать типы и виды документации; – ориентироваться в особенностях подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – осуществлять методологически обоснованный сбор информации; – анализировать и обрабатывать данные, необходимые для решения профессиональных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – техниками подготовки документации; – навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – соответствующими навыками обработки информации при подготовке бизнес-плана;

	<ul style="list-style-type: none"> – методикой и навыками составления бизнес-плана; – методами проведения ситуационного анализа, SWOT-анализа, составлять график рекламно-информационной кампании; методикой расчета социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.
<p>ПК-5</p> <p>знание основ научной организации и нормирования труда, владение навыками проведения анализа работ и анализа рабочих мест, оптимизации норм обслуживания и численности, способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды и умение применять их на практике</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификацию затрат рабочего времени; - способы изучения трудовых процессов и затрат рабочего времени; - основные характеристики работы и рабочего места - теорию групповой динамики, историю метода; - характеристики развития и основные процессы групповой динамики; - законы развития группы и принципы формирования команды; - принципы организации эффективной групповой работы коллектива <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ и описание работы и рабочего места; - проводить фотографию рабочего дня, наблюдение, собеседование; - составлять вопросник для описания рабочего места; - проводить классификацию и анализ затрат рабочего времени; - разрабатывать и обосновывать нормативы трудовой деятельности; - проводить оценку трудоемкости работ, вырабатывать пути ее снижения; - применять методы формирования эффективной команды и актуализации основных процессов групповой динамики; - создавать план применения метода групповой динамики; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами изучения трудовых процессов и затрат рабочего времени; - навыками анализа и описания работы и рабочего места; - навыками и методами проведения фотографии рабочего дня, наблюдения, собеседования; - инструментами составления вопросников для описания рабочего места; - навыками разработки и обоснования нормативов трудовой деятельности; - навыками проведения оценки трудоемкости работ; - навыками нормирования групп для процессов групповой динамики.
<p>ПК-6</p> <p>способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру коммуникационной структуры организации; -основные аспекты медиа-планирования и построения коммуникационной стратегии; - специфику внутреннего и внешнего пиар <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -выстраивать эффективную коммуникационную структуру организации; - использовать ресурс искусства для построения эффективных внешних и внутренних коммуникаций компании

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками мышления для выработки системного и целостного взгляда; - современными коммуникативными технологиями рекламного и PR-продвижения
<p>ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы реализации коммуникационных кампаний и мероприятий - основы планирования и выстраивания бизнес-процессов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать коммуникационную кампанию в сфере бизнеса, общественных, государственных и других структур <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки коммуникационных кампаний и мероприятий

3. Место практики в структуре ОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, разработанным на основе ФГОС ВО, производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Общая и профессиональная риторика в рекламной и публичной деятельности», «Информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью», «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью», «Бизнес-коммуникации», «Поведение потребителей», «Рекламно-коммуникационный практикум», «Публичная риторика и реклама в коммерческих организациях» и др.

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) включена в цикл (Б.2) «Практики» Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация/ степень бакалавр).

4. Объем практики

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Очная</i>	<i>Очно- Заочная</i>	<i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	27/972	27/972	27/972
Контактная работа:			
Лекции (установочная конференция)	4	4	6
Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / экзамен /	0,3	0,3	12
Самостоятельная работа (СРС)	967,7	967,7	954

5. Содержание практики

Практика содержит ряд этапов:

1. Подготовительный этап
2. Основной этап
3. Заключительный этап

№ п/п	Этапы практики	Вид работ	Формы контроля
1.	Подготовительный этап	<p>Знакомство с программой практики и тематикой индивидуального задания. Заключение индивидуальных договоров. План проведения практики. Организация труда на практике. Формы отчета о практике. Взаимодействие в ходе служебной деятельности. Ознакомление с техникой безопасности и охраной труда в организации, правилами внутреннего распорядка (инструктаж по технике безопасности). Особенности организации работы со служебными документами. Информационная безопасность. Рабочее место, рабочее время.</p>	
2.	Основной этап	<ul style="list-style-type: none"> - приобрести навыки сбора и анализа устной и письменной информации (ОК-5); - овладеть навыками обсуждения в коллективе собственного творческого процесса и включения его в потребности производственного процесса, определить возможности своего участия в проектах предприятия (ОК-6); - приобрести навыки организации рекламной (коммуникативной) деятельности предприятия (ОПК-1, ОПК-2); - овладеть средствами коммуникативного воздействия, используемыми в создании рекламных/PR текстов (ОПК-3); - изучить процесс создания рекламных материалов, разработки и проведения рекламных и PR-кампаний (ОПК-4, ОПК-5); -ознакомиться с современными информационно-коммуникационными технологиями рекламы/PR (ОПК-6); - приобрести навыки составления проектной документации предприятия: техзадания, бизнес-плана, брифа, контракта и др. (ПК-4) - приобрести навыки планирования деятельности по организации мероприятий рекламного и PR-продвижения/создания имиджа, а также по реализации проектов и оценке эффективности данных мероприятий (ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-7); - приобрести навыки организационно-управленческой работы в малой группе и изучить приёмы создания эффективной внутренней и внешней коммуникации (ПК-3, ПК-6) 	Текущий

3.	Заключительный этап	Подготовка отчета. Защита отчета на итоговой конференции.	Промежуточные
----	----------------------------	---	----------------------

В ходе прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) используются следующие образовательные технологии:

1. Установочная конференция руководителя практики от организации (вуза)
2. Консультации с руководителем практики от организации (вуза), руководителем практики от профильной организации.
3. Инструктаж по технике безопасности на факультете и вводный инструктаж по технике безопасности на базе практики.
4. Инструктаж по правилам внутреннего распорядка на базе практики.

В ходе практики применяются следующие научно-исследовательские технологии:

1. анализ документов;
2. анализ различных источников информации;
3. наблюдение.

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики студенты должны представить следующие документы:

- отчет о прохождении практики (Титульный лист, Приложение 1);
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- характеристику с места практики;
- совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 3).

6.1 Дневник практики и порядок его представления

Процесс прохождения практики фиксируется в дневнике практики, формат которого утверждается вузом. Дневник практики должен содержать следующие разделы:

- индивидуальное задание на практику
- календарный план прохождения основных этапов практики и ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики
- характеристика руководителя практики от профильной организации
- совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 5)

Посещение мест практики заверяется в дневнике подписью руководителя практики от профильной организации.

Дневник практики должен быть оформлен аккуратно, разборчиво, без помарок и подчисток. Дневник практики является составным элементом отчета.

6.2 Отчет по практике

По итогам прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) подготавливается и защищается отчет. (Титульный лист см. Приложение 1).

Объем отчета (без приложений) – не менее 20 страниц формата А4. Выравнивание по ширине. Гарнитура – Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5. Параметры страницы – сверху и снизу 20 мм, слева 30 мм, справа 15 мм. Нумерация страниц ставится в верхнем правом углу.

В тексте допускаются схемы и таблицы; схемы и таблицы, занимающие более 70%

страницы, размещаются в приложении к отчету.

К отчету прилагаются:

1. задание на практику (Приложение 2),
2. дневник прохождения практики (Приложение 3),
3. характеристика студента по месту прохождения практики (оформляется на бланке организации или удостоверяется официальной печатью организации) (Приложение 4).
4. приложения, включающие схему организационной структуры учреждения, а также прочую информацию, определяющую параметры функционирования учреждения.

Формы титульного листа отчета, индивидуального задания, дневника прохождения практики и характеристики приведены в составе приложений ниже.

Отчет должен содержать описание работы, выполнявшейся во время практики, и видов деятельности, освоенных студентом. В отчете должно быть выражено личное отношение студента к той деятельности, которой ему пришлось заниматься на протяжении всего периода практики.

В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, показать, содержание каких дисциплин позволило ему понять формы и методы работы рекламных, маркетинговых или PR-агентств/отделов.

Защита отчета о прохождении практики принимается руководителем практики от организации (вуза) на итоговой конференции по практике. Отчет может быть отклонен руководителем от организации (вуза) в случае его несоответствия требованиям настоящей программы.

Текст отчета по практике должен содержать – титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованной литературы.

Во введении должны быть отражены: цели и задачи прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), ее предмет и объект, основное содержание своей работы во время практики (студент указывает, в каких подразделениях он проходил практику, и даёт краткую характеристику проделанным работам в данном подразделении).

Основная часть должна содержать:

Краткая характеристика организации включает в себя указание организационно-правовой формы, описание основных видов деятельности и организационной структуры. Студенту предлагается изложить этапы организации рекламной (коммуникативной) деятельности конкретного предприятия; дать характеристику составу и принципам построения рекламных структур, описать их задачи и функции, систему взаимоотношений с другими структурными подразделениями; ознакомиться со средствами коммуникативного воздействия, используемыми в рекламе; описать практические приемы, технологии и методы работы менеджера по рекламе, копирайтера, криэйтера;.

Индивидуальное задание включает в себя участие в производственно-технологическом процессе рекламного или пиар-продукта, в разработке и проведении рекламной или пиар-кампании. Предполагается изучение рекламного рынка города через составление базы данных о производителях и распространителях рекламы; знакомство с особенностями деятельности конкретного предприятия в области рекламного или пиар-продвижения. Изучение процесса создания рекламных материалов, разработки и проведения рекламных и пиар-кампаний предполагает описание личного участия с выполнением конкретных заданий и предоставлением рекомендаций по оптимизации деятельности предприятия в данной сфере.

В заключении приводятся общие выводы, указывается выполнение поставленной цели практики.

Библиографический список должен включать нормативно-правовые акты, методические положения, используемую литературу по данной теме за последние пять лет:

учебники, научные публикации в газетах и журналах, статистические сборники (не менее 10 источников).

К отчету по практике могут прилагаться различные документы, раскрывающие специфику деятельности организации, в которой студент проходил практику, ее организационную структуру, характер работы, выполняемой студентом. Это могут быть: нормативные документы, внутренние документы организации и подразделения, где студент проходил практику; статистическая информация об организации; таблицы, графики и т.п.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по производственной практике (практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Текущий контроль

- собеседование
- проверка заполнения дневников практики
- беседа с руководителем от профильной организации

Промежуточный контроль (зачет с оценкой)

- защита отчетов по практике в форме собеседования

Паспорт фонда оценочных средств

п/п	Контролируемые разделы	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Ведение дневника, подготовка отчета по практике, отчет по практике	ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Собеседование Проверка отчета Выступление на итоговой конференции

7.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения образовательной программы

Код и содержание контролируемой компетенции	Форма промежуточного контроля
ОК-5 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Зачет с оценкой
ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	
ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	
ОПК-2 владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	
ОПК-3 владение базовыми навыками создания текстов рекламы и	

связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга	
ОПК- 4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК-5 умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	
ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	
ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
ПК-5 знание основ научной организации и нормирования труда, владение навыками проведения анализа работ и анализа рабочих мест, оптимизации норм обслуживания и численности, способность эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды и умение применять их на практике	
ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	
ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показателями оценивания компетенций являются наиболее значимые знания, умения и владения, которые получены студентами в процессе освоения дисциплин и прохождения практики.

В качестве шкалы оценивания используется трехуровневая шкала освоения компетенций (пороговый, продвинутый, высокий), для каждого из которых разработаны критерии оценивания.

7.2.1. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций

Компетенции	Показатель и освоения компетенции	Критерии оценивания компетенций, в соответствии со шкалами оценивания		
		Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Высокий уровень
ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Знает	Обучающийся в целом знает учебный материал. Студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении, показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы, не может быстро найти ответ	Обучающийся знает учебный материал, однако допускает минимальные неточности в воспроизведении. Студент твердо усвоил материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, но не всегда может показать область применения знаний в своей профессиональной деятельности	Обучающийся знает учебный материал, не допускает неточности в его воспроизведении. Студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, может показать область применения теоретических знаний в своей профессиональной деятельности
ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Умеет	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает существенные неточности. Пытается обосновать свою	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, но допускает некоторые несущественные неточности. Анализирует	На основе полученных знаний обучающийся может применять усвоенный материал, соответствующие понятия, не допускает ошибок. Свободно анализирует усвоенный материал. Умеет применить полученные знания

		точку зрения, однако слабо аргументирует научные положения, практически не способен сформулировать выводы и обобщения.	усвоенный материал. Однако затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений.	при анализе альтернативных вариантов решения исследовательских и практических задач. Делает квалифицированные выводы и обобщения
ОК-5,6; ОПК-1,2,3,4,5,6; ПК-1,2,3,4,5,6,7	Владеет	Обучающийся решает учебно-профессиональную задачу или задание, однако в целом не может аргументировано изложить свое решение, не точно ссылается на конкретные знания, частично владеет системой понятий.	Обучающийся в целом самостоятельно и правильно решает учебно-профессиональную задачу или задание, допуская незначительные ошибки, последовательно и аргументировано излагает свое решение, используя соответствующие понятия, ссылаясь на конкретные знания, владеет на достаточном уровне системой понятий.	Обучающийся самостоятельно и правильно решает учебно-профессиональную задачу или задание, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя соответствующие понятия, ссылаясь на конкретные знания, владеет на высококвалифицированном уровне системой понятий.

7.2.2. Шкала оценивания и критерии оценки

Шкала оценивания	Критерии (дескрипторы) оценки
Отлично (зачтено)	Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в полном объеме Выполнил все задания, предусмотренные программой практики на высоком уровне
	Творческий подход к выполнению заданий Интеграция знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин; Нахождение новых идей, способов использования знакомых технологий
	Качество отчетной документации Документация полностью соответствует предъявляемым требованиям;
	Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки
	Характеристика с места прохождения практики

	<p>Прохождение практики оценено на оценку «отлично»</p> <p>Защита отчета Представленный доклад в полной мере отражает сущность практики Правильно и полно ответил на заданные вопросы Показал высокий уровень предпрофессиональной компетентности</p>
Хорошо (зачтено)	<p>Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в полном объеме Выполнил все задания, предусмотренные программой практики на среднем уровне, допустив негрубые ошибки</p>
	<p>Творческий подход к выполнению заданий Показал недостаточную интеграцию знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин; Затруднялся в поиске способов использования знакомых технологий</p>
	<p>Качество отчетной документации Документация не в полном объеме соответствует предъявляемым требованиям,</p>
	<p>Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки</p>
	<p>Характеристика с места прохождения практики Прохождение практики оценено на оценку «отлично» / «хорошо»</p>
	<p>Защита отчета Представленный доклад в неполной мере отражает сущность практики Правильно ответил на заданные вопросы Показал средний уровень предпрофессиональной компетентности</p>
Удовлетворительно (зачтено)	<p>Полнота и качество выполнения заданий Программу практики выполнил в неполном объеме Выполнил частично задания, предусмотренные программой практики</p>
	<p>Творческий подход к выполнению заданий Практически не показал интеграцию знаний, умений, навыков, полученных при изучении дисциплин;</p>
	<p>Качество отчетной документации Документация не в полном объеме соответствует предъявляемым требованиям,</p>
	<p>Своевременная сдача отчетной документации Документация сдана в установленные сроки</p>
	<p>Характеристика с места прохождения практики Прохождение практики оценено на оценку «отлично»/ «хорошо»/ «удовлетворительно»</p>
	<p>Защита отчета Представленный доклад в неполной мере отражает сущность практики Затруднялся при ответах на заданные вопросы Показал низкий уровень предпрофессиональной компетентности</p>
Неудовлетворительно (не зачтено)	<p>не выполнены требования, предъявляемые к умениям и навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.</p>

Критерии оценивания отчета по практике:

1. Умение сформулировать цель и задачи отчета
2. Соответствие представленного материала теме отчета
3. Полнота раскрытия показателей деятельности конкретного подразделения, в котором работал студент
4. Логичность, последовательность раскрытия
5. Наличие выводов
6. Наличие практического применения теоретических положений по проблеме
7. Умение работать с литературой
8. Владение терминологией
9. Качество ответов на вопросы (полнота, аргументированность, умение реагировать на критику, готовность к дискуссии, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами)

7.3. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы

Содержание задания:

1. Составить бриф предприятия места прохождения практики.
2. Проанализировать направления рекламной/PR деятельности организации (фирмы) - базы практики, структуры организации (фирмы), функций каждого отдела.
3. Составить перечень функциональных обязанностей студента-практиканта.
4. Подготовить пакет образцов рекламной/PR продукции фирмы – базы практики (если таковые имеются) и провести анализ.
5. Подготовить список и краткое описание материалов, техник и технологий, которые используются в деятельности фирмы – базы практики.
6. Заполнить дневник практики, заверенный руководителем редакции или сотрудником- руководителем практики.
7. Предоставить личные публикации и/или рекламные сообщения (материалы), подготовленные за период прохождения практики, укомплектованные в порядке их опубликования. (Требования к оформлению материалов: аккуратное предоставление видео-, аудио- и печатных публикаций с указанием названия СМИ, авторства, даты, заверенных руководителем организации, где студент проходил практику).
8. Разработать проекты планов рекламной/PR-кампании, проведенных в период прохождения практики.
9. Подготовить аналитический материал о проведении рекламных/PR акций или мероприятий.
10. Провести самоанализ, оценку результатов деятельности специалиста по рекламе во время прохождения производственной практики.
11. Подготовить мультимедийную презентацию публичной защиты производственной практики

Типовые контрольные вопросы в процессе собеседования и в процессе выступления на итоговой конференции

1. Расскажите об особенностях развития коммуникационного пространства предприятия.
2. Назовите основные структурные подразделения, задействованные в рекламно-информационной работе коммерческой структуры.
3. Обрисуйте структуру информационного потока предприятия.

4. Перечислите особенности структурирования целей и задач в сфере рекламы и связей с общественностью.
6. Назовите особенности рекламно- информационной работы предприятия.
7. Расскажите о принципах планирования рекламно- информационных кампаний предприятия.
8. Перечислите особенности клиентских отношений в сфере коммуникаций предприятия.
9. Назовите основные документы, регламентирующие деятельность подразделения по рекламе и связям с общественностью.
10. Расскажите о плане действий предприятия в кризисных ситуациях.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Для выявления уровня сформированности компетенций через оценку знаний, умений и навыков студентов в ходе промежуточной аттестации по практике руководителем практики от организации (вуза) осуществляется анализ и проверка представленной студентом отчетной документации в соответствии с изложенными выше дескрипторами.

После предварительной оценки документации проводится защита отчетов по практике, которая состоит из двух этапов:

1. Представление краткого доклада (7-10 минут)
2. Ответы на вопросы преподавателя и студентов.

По итогам защиты отчетов руководитель практики от организации (вуза) выставляет соответствующую оценку. Если по практике предусмотрен зачет, то применяется следующая таблица соответствия:

Отлично, хорошо, удовлетворительно	зачтено
неудовлетворительно	не зачтено

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

Основная литература:

1. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>
2. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие / С. Н. Бердышев. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57030.html>
3. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87862.html>
4. Базиян, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиян. — 2-е изд. — М.: Юриспруденция, 2018. — 448 с. — ISBN 978-5-9516-0830-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86540.html>
5. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — ISBN

2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>

6. Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83127.html>

Дополнительная литература:

1. Ясинская, М. Б. Литература: практикум по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / М. Б. Ясинская. — М.: Московский гуманитарный университет, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906912-38-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>

2. де, Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм ; перевод Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>

3. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81796.html>

4. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 447 с. — ISBN 5-238-00935-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81815.html>

5. Сергиенко, Е. А. Телевизионная реклама и дети / Е. А. Сергиенко, Н. Н. Таланова, Е. И. Лебедева. — 2-е изд. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-9270-0265-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88405.html>

6. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>

7. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — ISBN 978-5-238-01477-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83031.html>

8. Ушанов, П. В. Реклама в телевизионной программе: учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 48 с. — ISBN 978-5-4486-0004-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66628.html>

9. Пендикова, И. Г. Концептуализм как творческий метод дизайна и рекламы: учебное пособие / И. Г. Пендикова. — Омск: Омский государственный технический университет, 2016. — 120 с. — ISBN 978-5-8149-2327-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60878.html>

10. Скрипникова, Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations : теоретические брифы. Учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 53 с. — ISBN 978-5-89040-561-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>
11. Елина, Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие / Е. А. Елина. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>
12. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 135 с. — ISBN 978-5-238-01245-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81771.html>
13. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>
14. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет; перевод В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>
15. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под редакцией Л. М. Дмитриева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>

Периодические издания:

1. [Документационное обеспечение системы управления организацией](#) ISSN 978-5-4486-0167-5.
2. Журнал «Computerworld Россия». Серия 7. ISSN 1560-5213
3. Маркетинг в России и за рубежом <http://www.dis.ru>
4. PR, маркетинг, реклама, политика www.7st.ru
5. Энциклопедия рекламных знаний www.ereklama.ru

Интернет ресурсы:

1. <http://reklamist.com>
2. <http://www.farpmc.ru> – Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
3. <http://www.ir-magazine.ru>
4. <http://www.pronline.ru>
5. www.advi.ru
6. www.brandmedia.ru – рекламный центр

7. www.pr-dialog.com
8. www.pr-new.spb.ru
9. www.pronline.ru – сайт содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.
10. www.rupr.ru
11. Информационный сайт "Все о рекламе в России": www.rwr.ru
12. Корпоративный менеджмент – <http://www.cfin.ru>
13. Рекламные идеи: <http://www.advi.ru/>
14. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
15. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
16. Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России - <http://www.akarussia.ru/>
17. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
18. Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью - www.raso.ru
19. Справочно-правовые системы «Гарант», «КонсультантПлюс»
20. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: <http://rkn.gov.ru/>
21. Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Материально-техническое обеспечение производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) полностью определяется задачами практики.

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Обучающимся должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета

Проведение защиты отчетов по практике предусматривает техническое сопровождение докладов с использованием мультимедийного комплекса.

11. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Autonomous noncommercial organization of higher education
«MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»**

Кафедра _____

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(_____)

Наименование базы практики: _____

Срок прохождения практики _____

Руководитель от профильной организации: _____
(ФИО полностью; подпись)

Руководитель от организации (вуза): _____
(ФИО полностью; подпись)

Студент группы _____
очной (очно-заочной/заочной) формы обучения
направления подготовки _____
_____ курса

(ФИО студента; подпись)

Дата защиты отчёта: _____

Оценка за прохождение практики: _____

Москва 20 ____ г.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Autonomous noncommercial organization of higher education
«MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ

Выдано студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

группа № _____ тел.: (_____) _____ е-
mail: _____

Руководитель _____ от _____ организации
(вуза) _____
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Место _____ практики
_____ (наименование органа власти или организации, учреждения)

Сроки _____ прохождения _____ с _____ по _____

Содержание _____ задания:

Планируемый результат _____

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель от профильной организации _____ / _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Руководитель от организации (вуза) _____ / _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Задание принял _____ / _____ «____» _____ 20__ г.
(подпись) (расшифровка подписи) (дата)

ДНЕВНИК

прохождения _____ практики

(_____)

студента(ки) _____ курса
группы _____
кафедры _____

_____ (фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: _____

Срок прохождения
практики _____

Дата	Описание выполняемой работы в организации с учетом индивидуального задания	Подпись руководителя от профильной организации
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техникой безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка ¹	

Руководитель практики от профильной организации

_____/_____

Руководитель практики от организации (вуза)

_____/_____

Студент

_____/_____

¹ Обязательное проведение в первый день практики на профильной организации

(название организации)

(адрес: индекс, город, улица, дом)

(реквизиты организации)

(дата)

ХАРАКТЕРИСТИКА

Настоящая характеристика дана

(Ф.И.О. обучающегося)

Проходившему(шей) _____ практику (тип: _____) на(в)

(название организации)

с «_____» _____ 201__ г. по «_____» _____ 201__ г.

За время прохождения практики

_____ изучил:
(Ф.И.О. обучающегося)

Во время прохождения практики обучающийся(аяся) активно участвовал(а) в работе

(название отдела)

отдела предприятия, а именно:

В целом теоретический уровень подготовки обучающегося и качество выполняемой им работы можно оценить на _____.

Руководитель практики от профильной организации _____ / _____
(расшифровка подписи)

МП

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Autonomous noncommercial organization of higher education
«MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»**

СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

проведения _____ практики
(_____)

Обучающегося ___ курса обучения учебной группы № _____

Направление подготовки / специальность _____

(код и наименование)

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Вид работ	Срок прохождения этапа (периода) практики
1	Организационный этап	1.Организационное собрание (конференция) для разьяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики 2. Инструктаж по технике безопасности. 3. Разработка индивидуального задания.	
2	Основной этап	1.Сбор информации. 2.Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала.	
3	Заключительный этап	Составление отчета по практике Защита отчета по практике	

Срок прохождения практики: _____
(указать сроки)

Место прохождения практики:

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом, а также фактический адрес)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель от профильной организации

(подпись, ФИО)

Руководитель от организации (вуза)

(подпись, ФИО)

Студент

(подпись, ФИО)

