

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2020 г.

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 ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
 4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ
 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ
 6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ
 - 6.1 Индивидуальное задание на практику
 - 6.2 Дневник практики и порядок его представления
 - 6.3 Отчет по практике
 - 6.4 Характеристика из профильной организации
 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ
 - 7.1 Перечень компетенций, формируемые в процессе освоения образовательной программы
 - 7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания
 - 7.2.1 Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций
 - 7.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности
 - 7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
 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
- ПРИЛОЖЕНИЯ

1. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБЫ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Практика обучающихся является составной частью ОПОП, обеспечивающей реализацию федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. Проводится в соответствии с утверждёнными рабочими учебными планами и календарными учебными графиками.

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – Преддипломная практика запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Способ проведения практика¹ – стационарная и выездная

Форма проведения практики – дискретная.

Цель производственной практики (тип: преддипломная практика):

- углубление и закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения в Московском международном университете, применение полученных знаний при решении конкретных задач в сфере рекламы и PR;

- приобретение практического опыта будущей профессиональной деятельности;

- освоение навыков по разработке рекомендаций по совершенствованию деятельности в сфере рекламы и PR.

Обобщение и анализ собранного материала должен явиться основой для последующего написания выпускной квалификационной работы.

Задачами производственной практики (тип: преддипломная практика) являются:

- систематизация и углубление теоретических и практических знаний по профилю подготовки, их применение при решении конкретных управленческих или методических задач в соответствии с темой выпускной квалификационной работы;

- углубление и закрепление знаний, полученных в период обучения и предшествующих практик, необходимых для написания выпускной квалификационной работы;

- овладение методологией и умениями научно-исследовательской деятельности по проблеме выпускной квалификационной работы;

- осуществление подбора диагностических материалов для исследовательской деятельности, методы поиска, сбора и обработки информации;

- применение методов исследования, обработки информации, необходимой в процессе углубленного анализа аспектов управления организацией в соответствии с целью и задачами выпускной квалификационной работы; составление и разработка методических материалов (рекомендаций) для совершенствования деятельности организации по результатам исследования.

Место производственной практики – практика проходит в одной из служб предприятия (организации, учреждения), являющегося местом практики.

До начала практики студент оформляет заявление на имя заведующего кафедрой о направлении на практику (представляется в электронном виде в формате .pdf или .jpg). Бланк заявления представлен в ПРИЛОЖЕНИИ 1.

Практика осуществляется на основе договоров между университетом и предприятиями, учреждениями, организациями, независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, в соответствии с которыми указанные предприятия, учреждения и организации обязаны предоставлять места для прохождения практики студентов университета. Типовая форма договора об организации и проведении практики представлена в ПРИЛОЖЕНИИ 2.

База практики должна соответствовать получаемому профилю. Практика студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» может проходить в структурных подразделениях предприятий и в организаций любых отраслей.

¹ (при наличии) Приказ Минобрнауки России от 15.12.2017 N 1225

Для студента заочной формы обучения местом практики может быть место его трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая им, соответствует профилю, по которой он проходит обучение в вузе.

В случае, если место трудовой деятельности студента не соответствует профилю будущей специальности и/ или студент не имеет возможности сбора информации и данных для выполнения выпускной квалификационной работы, он самостоятельно определяет место прохождения практики.

Выбор мест прохождения практик для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, требований по доступности.

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. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017 г. "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью";

5. Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 885/390 «О практической подготовке обучающихся».

6. Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 2 декабря 2019 г. № 403-ФЗ

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Перечень кодов компетенций, формируемых практикой в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Общепрофессиональные	Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1
Общепрофессиональные	Общество и государство	ОПК-2
Общепрофессиональные	Культура	ОПК-3
Общепрофессиональные	Аудитория	ОПК-4
Общепрофессиональные	Медиакоммуникационная система	ОПК-5
Общепрофессиональные	Технологии	ОПК-6
Общепрофессиональные	Эффекты	ОПК-7
Профессиональные	-	ПК(о)-1

Профессиональные	-	ПК(р)-3
Профессиональные	-	ПК(р)-4

2.1.1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-1	способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>Необходимые знания (ОПК-1 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; - нормы русского и иностранного языков; - особенности иных знаковых систем; <p>Необходимые умения (ОПК-1 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; <p>Необходимые навыки (ОПК-1 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Необходимые знания (ОПК-2 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития общественных и государственных институтов; <p>Необходимые умения (ОПК-2 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; <p>Необходимые навыки (ОПК-2 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>Необходимые знания (ОПК-3 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; <p>Необходимые умения (ОПК-3 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать достижения отечественной и мировой культуры; - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе

		создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов; Необходимые навыки (ОПК-3 НН): - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Необходимые знания (ОПК-4 НЗ): - запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Необходимые умения (ОПК-4 НУ): - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности; - учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. Необходимые навыки (ОПК-4 НН): - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Необходимые знания (ОПК-5 НЗ): - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Необходимые умения (ОПК-5 НУ): - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; Необходимые навыки (ОПК-5 НН): - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Необходимые знания (ОПК-6 НЗ): - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; Необходимые умения (ОПК-6 НУ): - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; Необходимые навыки (ОПК-6 НН): - использовать в профессиональной

		деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Необходимые знания (ОПК-7 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; - принципы создания социальной ответственности; <p>Необходимые умения (ОПК-7 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; - оценивать последствия своей профессиональной деятельности; - учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; <p>Необходимые навыки (ОПК-7 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПК(о)-1	Способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ	<p>Необходимые знания (ПК(о)-1 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - показатели оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ; - методы оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ <p>Необходимые умения (ПК(о)-1 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать этапы контроля достигнутых результатов продвижения продукции СМИ - оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ <p>Необходимые навыки (ПК(о)-1 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ПК(р)-3	Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	<p>Необходимые знания (ПК(р)-3 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к ресурсам, необходимым для маркетингового исследования; - содержание работ и их последовательность при проведении маркетингового исследования <p>Необходимые умения (ПК(р)-3 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовить ресурсы для проведения маркетингового исследования; - планировать проведение маркетингового исследования <p>Необходимые навыки (ПК(р)-3 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществления подготовки к проведению маркетингового исследования
ПК(р)-4	Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Необходимые знания (ПК(р)-4 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты комплекса маркетинга, используемого для проведения маркетинговых исследований в СМИ; - методы проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов

		<p>комплекса маркетинга</p> <p>Необходимые умения (ПК(р)-4 НУ):</p> <p>- проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для продукта СМИ</p> <p>Необходимые навыки (ПК(р)-4 НН):</p> <p>- проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для продукта СМИ</p>
--	--	---

2.2. Описание планируемых результатов обучения по учебной практике и критериев оценки результатов обучения по практике

2.2.1. Описание планируемых результатов обучения по учебной практике

Планируемые результаты обучения по учебной практике представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по практике	Знать	Уметь	Владеть
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-1 НЗ	ОПК-1 НУ	ОПК-1 НН
	<p>- особенности иных знаковых систем, применяемых на профессионально-творческой практике</p> <p>- методы и принципы создания медиатекстов и (или) мидиапродуктов</p> <p>- современные потребности общества в медиапродуктах</p>	<p>-использовать основы создания медиатекстов и (или) мидиапродуктов на профессионально-творческой практике с учетом современных потребностей общества</p>	<p>- навыками применения современных знаковых систем в сфере телевидения в рамках прохождения профессионально-творческой практики</p> <p>- навыками создания медиа- и коммуникационных продуктов в соответствии с инфографическими знаковыми системами.</p>
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-2 НЗ	ОПК-2 НУ	ОПК-2 НН
	<p>- принципы и методы освещения процесса развития общественных и государственных институтов в процессе прохождения профессионально-творческой практики</p>	<p>- применять принципы и методы освещения процесса развития общественных и государственных институтов средствами медиатекста и (или) медиапродукта, и</p>	<p>- технологиями освещения процесса развития общественных и государственных институтов в различных областях.</p>

		(или) коммуникационных продуктов.	
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-3 НЗ	ОПК-3 НУ	ОПК-3 НН
	- основные достижения отечественной и мировой культуры для подготовки медиа материалов на профессионально- творческой практике	- использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов, сценариев, эфирного материала	- навыками применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры в сфере медиакоммуникаций на профессионально- творческой практике
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-4 НЗ	ОПК-4 НУ	ОПК-4 НН
	- способы выявления запросов и потребностей общества при подготовке медиа материалов - способы создания, востребованного медиапродукта на профессионально- творческой практике	- прогнозировать потребности и запросы общества и аудитории при подготовке эфирного материала -выявлять запросы общества и аудитории в медиапродукте - создавать медиапродукт, подготовить необходимый материал, востребованный обществом и аудиторией	- навыками создания, востребованного обществом и аудиторией профессионального медиапродукта
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-5 НЗ	ОПК-5 НУ	ОПК-5 НН
	- тенденции развития медиакоммуникацион ных систем. - правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникацион ных систем при подготовке медиа материала	- применять правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникацион ных систем в сфере телевидения при подготовке медиа материала.	- правовыми и этическими нормами регулирования медиакоммуникацион ных систем региона, страны и мира при подготовке медиа материала
Код индикатора	ОПК-6 НЗ	ОПК-6 НУ	ОПК-6 НН

Достижения компетенции			
	- технологии применения технических средств в сфере создания медиапродукта. - законы и принципы современных информационно-коммуникационных, компьютерных технологий в сфере медиа	- использовать информационно-коммуникационные, компьютерные и иные технологии в сфере медиа при подготовке эфирного материала - осознанно применять технические средства в сфере медиа при подготовке материала на производственной практике	- способностью применения технических средств, информационно-коммуникационных, компьютерных и иных технологий в сфере медиа при подготовке материала на производственной практике
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-7 НЗ	ОПК-7 НУ	ОПК-7 НН
	- специфику прогнозирования и планирования подготовки эфирного материала на производственной практике - механизмы средств и приемов достижения определенного результата (эффекта) от представления медиапродукта	- использовать различные визуальные эффекты, учитывая степень социальной ответственности при подготовке медиаматериала на производственной практике - оценивать последствия своей деятельности согласно принципам социальной ответственности при подготовке медиаматериала на производственной практике	- навыками применения визуальных эффектов - навыками определения степени социальной ответственности визуальных эффектов
Код индикатора достижения компетенции	ПК(о)-1 НЗ	ПК(о)-1 НУ	ПК(о)-1 НН
способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ	- корпоративные требования к подготовке медиаматериала - методы оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ	- анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле	- навыками оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ

		при подготовке медиаматериала с целью контроля и эффективности результатов	
Код индикатора достижения компетенции	ПК(р)-3 НЗ	ПК(р)-3 НУ	ПК(р)-3 НН
	- алгоритм проведения маркетингового исследования; - содержание работ при проведении маркетингового исследования	- планировать проведение маркетингового исследования; - создавать команду для проведения маркетинговых исследований	- осуществления подготовки к проведению маркетингового исследования
Код индикатора достижения компетенции	ПК(р)-4 НЗ	ПК(р)-4 НУ	ПК(р)-4 НН
	- инструменты маркетинговых исследований в применении для СМИ; - способы и методики проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	- выбирать и использовать инструменты маркетингового исследования для продукта СМИ; - проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	- проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для продукта СМИ

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», разработанным на основе ФГОС ВО, производственная практика (Преддипломная практика) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание преддипломной практики тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Введение в связи с общественностью и рекламу», «Социология массовых коммуникаций», «Профессиональная этика средств массовой информации», «Теория и практика рекламы», «Экономика средств массовой информации». «Организация маркетинговых исследований», «Анализ рекламной деятельности», «Разработка и технология производства рекламного продукта», «Рекламно-коммуникационный практикум», «Поведение потребителей».и др.

Преддипломная практика включена в блок (Б.2) «Практики» обязательная часть Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации» (квалификация/ степень «бакалавр»).

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Форма обучения</i> <i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	15/540
Контактная работа	
Лекции (установочный вебинар)	2
Индивидуальные и групповые консультации	-
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	4
Самостоятельная работа (СРС)	534

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Производственная практика содержит ряд этапов:

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

№ п/п	Разделы практики (этапы формирования компетенций)	Виды учебной работы на практике включая самостоятельную работу обучающихся	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	Ознакомление с программой практики, определение места прохождения практики (предприятие, организация), оформление заявления о направлении на практику на имя заведующего кафедрой, оформление договора в организации и передача в Университет, ознакомление с правилами внутреннего распорядка в Университете и на месте прохождения практики, включая инструктаж по технике безопасности, получение задания на производственную практику определить с предполагаемой темой работы, продумать (для более детального изучения) вопросы, необходимые для выполнения ВКР.	Индивидуальное задание на практику
2	Основной этап	Выполнение задания, сбор, обработка и анализ полученной информации, участие в работе одного из структурных подразделений организации, в которой проходит практика, ознакомление с деятельностью организации, его структурой, применяемыми технологиями, основными функциями производственных и управленческих подразделений, номенклатурой (ассортиментом) продукции (услуг),	Дневник практики, отчет по практике

		учредительными документами, ознакомление с экономическими аспектами деятельности предприятия и его структурных подразделений, изучение показателей трудового ресурса предприятия, изучение рыночной среды, в которой функционирует организация, системы снабжения и сбыта, региона присутствия, характер взаимоотношений с деловыми партнерами, анализ финансов-экономических результатов деятельности предприятия, организации, сбор статистического материала.	
3	Заключительный этап	Систематизация, анализ, обработка полученного материала, предоставление дневника, отчёта, характеристики, оценка отчетных документов	Дифференцированный зачет

В ходе прохождения производственной практики используются следующие образовательные технологии:

1. Установочный вебинар руководителя практики от обучающей организации (вуза).
2. Консультации с руководителем практики от обучающей организации (вуза), руководителем практики от профильной организации.
3. Инструктаж по технике безопасности, пожарной безопасности на базе практики.
4. Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, по правилам внутреннего трудового распорядка на базе практики.

В ходе практики применяются следующие исследовательские технологии:

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

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По окончании практики студенты должны представить следующие отчетные документы:

- индивидуальное задание на практику;
- дневник практики;
- отчет по практике;
- характеристику с места практики.

6.1 Индивидуальное задание на практику

Руководитель практики от университета разрабатывает Индивидуальные задания на практику в соответствии с темой выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности (профилю) подготовки «Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации».

Индивидуальное задание может содержать от шести до десяти планируемых работ. Среди первых пунктов плана указывается сбор исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность

организации; разработка конкретных рекомендаций по совершенствованию деятельности объекта исследования.

Индивидуальное задание должно содержать планируемые результаты, подписи студента и руководителя практики от профильной организации. Подписанный документ сканируется и в формате (.pdf или .jpeg) загружается в ЭСДО. (Бланк индивидуального задания представлен в ПРИЛОЖЕНИИ 3)

6.2 Дневник практики и порядок его представления

Процесс прохождения практики фиксируется в дневнике практики, формат которого утверждается вузом. Дневник практики содержит следующие элементы:

- титульный лист дневника практики;
- Ф.И.О. обучающегося - Форма обучения, курс;
- Направление подготовки и направленность (профиль);
- Ф.И.О. руководителя практики от университета;
- Ф.И.О. руководителя практики от организации;
- Место проведения практики;
- Срок практики;
- Совместный рабочий график (план) прохождения практики;
- Содержание работ, выполненных во время прохождения практики.

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

Студент формирует дневник в редакторе MS Word с расширением *.doc или *.docx единым файлом.

Титульный лист дневника должен содержать подписи студента и руководителя практики от профильной организации. Для этого титульный лист заполняют в текстовом редакторе, распечатывают, подписывают (синие чернила), сканируют и сохраняют как рисунок, например в формате *.jpeg, затем скан размещают на первой странице дневника. Дневник с титульным листом загружается в ЭСДО вместе с другими документами отчета по практике

Посещение мест практики заверяется в дневнике подписью руководителя практики от профильной организации. (Бланк дневника практики представлен в ПРИЛОЖЕНИИ 4).

6.3 Отчет по практике

Рекомендуется следующая структура отчета по практике:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение (выводы);
- список использованных источников;
- приложения.

Объем отчета (без приложений) может быть в пределах 10 -15 страниц формата А4. Выравнивание по ширине. Шрифт – 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 внизу по центру страницы. Абзацный отступ -1,25. Допускается использование цветных рисунков, схем и диаграмм. Страницы отчета должны быть пронумерованы. Нумерация страниц должна быть сквозной. Номер проставляется арабскими цифрами внизу по центру страницы. Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц, которые в сжатом виде удобно представляют необходимые сведения и легко читаются. Титульный лист отчета оформляется по единой форме, представленной в ПРИЛОЖЕНИИ 5.

Содержание практики определяется темой выпускной квалификационной работы, ее

целью и задачами, а также компетенциями, которыми должен овладеть обучающийся по завершении данной работы.

Во введении должна быть отражена цель, задачи, предмет и объект практики.

В отчете необходимо отразить:

- 1- Результаты научно-исследовательской деятельности (теоретическое исследование);
- 2- Общую характеристику организации - места прохождения практики студентом;
- 3- Характеристику рекламной (коммуникативной) деятельности организации – места прохождения практики.

При проведении научного исследования необходимо выполнить:

- Анализ отечественного и зарубежного опыта деятельности фирм, организаций и предприятий в области рекламы и связей с общественностью;
- Анализ законодательной и нормативной базы в области рекламы и связей с общественностью

Для составления общей характеристики организации необходимо описать:

- Наименование организации, ее организационно - правовая форма.
- Полные реквизиты организации.
- Виды деятельности организации, прописанные в соответствующих учредительных документах.
- Сфера и масштаб деятельности организации, в т.ч. регионы присутствия.
- Основные клиенты (приводится диаграмма в % соотношении юридических и физических лиц);
- Основные конкуренты: критерии выбора конкурентов, перечень конкурентов (не менее 3-х).

Анализ рекламной (коммуникативной) деятельности организации отражается в:

- структуре рекламного, маркетингового или PR отдела;
- характеристике коммуникативной деятельности организации
- организации рекламного процесса,
- анализе рекламного бюджета в динамике за 2 года.

Заключение представляет собой обобщение итогов практики, раскрывает положительные и имеющиеся проблемы, недостатки. На основании собранных данных и их анализа должны быть сделаны предложения по улучшению тех или иных аспектов хозяйственной деятельности предприятия.

Библиографический список должен включать локальные акты организации, а также может включать 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: организационную структуру, характер работы, выполняемой студентом (например, это могут быть: нормативные документы, внутренние документы организации и подразделения) статистическая информация об организации; фотография рабочего места специалиста и т.п.

Отчет о прохождении практики проверяется и оценивается руководителем практики от обучающей организации (вуза). Отчет может быть отклонен руководителем от организации (вуза) в случае его несоответствия требованиям настоящей программы.

6.4. Характеристика из профильной организации

Характеристика от профильной организации составляется на бланке организации и подтверждается подписью руководителя от профильной организации и печатью. (Бланк характеристики с места практики представлен в ПРИЛОЖЕНИИ 6)

Отсканированная копия характеристики загружается в ЭСДО (*.pdf или *.jpeg), а оригинал характеристики передается студентом партнеру Университета.

Студенты московских групп должны представить оригинал характеристики от профильной организации на кафедру экономики и управления университета.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по производственной практике проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Текущий контроль

- проверка заполнения дневника практики

Промежуточный контроль (зачет)

- проверка отчетных документов по практике

Паспорт фонда оценочных средств

п\п	Контролируемые разделы	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Определение объекта и предмета исследования по практике	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(о)-1; ПК(р)-3; ПК(р)-4	Заявление на имя заведующего кафедрой о направлении на практику; Оформленный договор об организации и проведении практики в организации
2.	Выполнение индивидуального задания, ежедневная работа по месту практики, заполнение дневника, мероприятия по сбору фактического материала.	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(о)-1; ПК(р)-3; ПК(р)-4	Индивидуальное задание на практику, Дневник практики
3.	Подведение итогов практики и составление отчёта: систематизация, анализ, обработка полученного материала, предоставление дневника, отчёта, характеристики, оценка отчетных документов	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК(о)-1; ПК(р)-3; ПК(р)-4	Дневник практики, отчет по практике, характеристика с места практики

7.1 Перечень компетенций, формируемые в процессе освоения образовательной программы

Код и содержание контролируемой компетенции	Форма промежуточного контроля
ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты	

и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Зачет с оценкой
ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-6 способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
ОПК-7 способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	
ПК(о)-1 Способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ	
ПК(р)-3 Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	
ПК(р)-4 Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	

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.

Для оценки уровня сформированности компетенций используется шкала освоения компетенций (пороговый, продвинутый, высокий), в соответствии с установленными критериями.

7.2.1 Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
Повышенный уровень достижения компетенций		
ОТЛИЧНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.

	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных , кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Продвинутый уровень достижения компетенций		
ХОРОШО	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> - студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных , кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Пороговый уровень достижения компетенций		
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> - студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных , кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности.

		- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

Критерии отчетных документов по практике:

- умение сформулировать цель и задачи отчета;
- уровень теоретической подготовки;
- соответствие представленного материала по структуре и содержанию требованиям Программы практики;
- уровень квалифицированности собранного материала в соответствии с программой практики и индивидуальными заданиями;
- наличие в отчете анализа рекламной/PR-деятельности, выявленных проблем;
- наличие предложений по улучшению тех или иных аспектов рекламной/PR-деятельности организации;
- умение работать с источниками информации.

7.3. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Типовые контрольные задания:

- Задание 1. Изучить рабочую программу практики и методические рекомендации по ее прохождению;
- Задание 2. Пройти вводный инструктаж руководителя практики от профильной организации по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации.
- Задание 3. Составить описание организационной структуры предприятия.
- Задание 4. Охарактеризовать основные направления деятельности.
- Задание 5. Охарактеризовать направления рекламной/PR деятельности организации
- Задание 6. Провести анализ проблем рекламной/PR деятельности;
- Задание 7. Разработать обоснованные предложения по совершенствованию рекламной/PR деятельности с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
- Задание 8. Подготовить отчетные документы по практике.

Типовые контрольные вопросы

1. Каковы цели и задачи преддипломной практики?
2. Что представляет собой организация, в которой обучающийся проходил практику?

3. Какими основными нормативно-правовыми документами организация руководствуется в своей деятельности?
4. Оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности организации за последние два года.
5. Основные направления стратегии развития организации.
6. Какие аспекты деятельности организации изучены в соответствии с темой ВКР?
7. Какие собраны практические материалы, характеризующие деятельность организации, в соответствии с темой ВКР?
8. Основные проблемы организации по теме исследования обучающегося.
9. Результаты анализа проблем организации по теме исследования обучающегося.
10. Предложения обучающегося по развитию деятельности организации и ожидаемый эффект от их внедрения.

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

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.

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. — Москва : 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. — Москва : 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>

Дополнительная литература:

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95335.html>
2. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>

3. Базиян, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиян. — 2-е изд. — Москва : 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>

Периодические издания (журналы):

1. Практический маркетинг. ISSN 2071-3762 <https://www.cfin.ru/press/practical/>
2. Маркетинг PRO. ISSN 2410-9622 1815-333X
http://www.infowave.ru/library/mag_marketing_pro/
3. Маркетинг в России и за рубежом. ISSN 1028-5849 <http://www.mavriz.ru/>

Интернет-ресурсы:

1. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <http://www.fapmc.ru>
2. Информационный сайт "Все о рекламе в России": www.rwr.ru
3. Рекламные идеи: <http://www.advi.ru/>
4. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
5. Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России - <http://www.akarussia.ru/>
6. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
7. Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью - www.raso.ru
8. Справочно-правовые системы «Гарант», «КонсультантПлюс»
9. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: <http://rkn.gov.ru/>
10. Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru
11. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>
12. Электронная библиотечная система IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru>
13. Информационно-правовой портал «Гарант» <http://www.garant.ru>
14. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.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 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.

В соответствии с договорами на проведение практики между институтом и профильной организацией, обучающиеся могут пользоваться ресурсами подразделений (производственных цехов, залов, лабораторий и т.п.) библиотекой, технической и другой документацией профильной организации и института, необходимыми для успешного освоения обучающимися программы практики и выполнения ими индивидуальных заданий по практике.

Бланк заявления на утверждение места прохождения практики

Заведующему кафедрой
экономики и управления

от обучающегося ____ курса
заочной__ формы обучения

(ф.и.о. обучающегося)

группы _____

Направление подготовки: _____

Направленность (профиль): _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить местом прохождения производственной практики (преддипломная практика) в период с « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г. организацию (учреждение, компанию)

(название организации)

руководителем практики от организации _____

(ф.и.о., должность)

20__ г.
(дата)

(подпись обучающегося)

Контактные данные обучающегося:

Тел.: _____

Адрес эл. почты: _____

СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела ООУП _____ / _____ /

(дата)

литературой и документацией, за исключением источников, содержащих сведения, представляющие служебную или коммерческую тайну.

2.2.4. Предоставить обучающемуся(имся) рабочее место для прохождения практики. Организовать работу, согласованную с утвержденной программой практики. Не допускать использования обучающегося(ихся) на работах, не предусмотренных программой практики.

2.2.5. Провести инструктаж обучающегося(ихся) и осуществлять контроль за соблюдением ими (им) Правил внутреннего распорядка, правил охраны труда и техники безопасности с оформлением установленной документации. Организация вправе требовать от обучающегося(ихся) соблюдения локальных нормативных актов, в том числе неукоснительного выполнения Правил внутреннего распорядка, Правил техники безопасности. Несчастные случаи, произошедшие в Организации с обучающимся(имися) АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» во время прохождения практики, расследовать с комиссией совместно с руководителем практики АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» и учитывать в соответствии с Трудовым законодательством Российской Федерации.

2.2.6. В соответствии с совместным планом-графиком проведения практики, согласованным с АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», предоставить возможность перемещения обучающегося(ихся) по рабочим местам в целях более полного ознакомления обучающегося(ихся) с Организацией в целом.

2.2.7. По окончании практики выдать обучающемуся(имся) отзыв (характеристику) руководителя практики от Организации о прохождении практики на бланке Организации.

2.2.8. Отчёты обучающегося(ихся) о практике с подписью руководителя практики от Организации направить в адрес АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» в установленном порядке или выдать обучающемуся(имся) на руки.

3. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

3.1. В случае нарушения обучающимся(имися) своих обязательств Организация имеет право ставить вопрос о досрочном отзыве обучающегося(ихся) с практики с соответствующим заключением Организации.

3.2. Организация может участвовать в разработке и согласовании программы практики.

3.3. АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» имеет право отозвать обучающегося(ихся) с практики в случае невыполнения обязательств Организацией, при этом уведомив администрацию Организации в надлежащем порядке.

4. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

4.1. Настоящий договор вступает в силу со дня его подписания и действует до окончания срока практики.

5. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

5.1. Настоящий договор безвозмездный и имеет своей целью обеспечение Сторонами мер некоммерческого характера, направленных на повышение уровня квалификации обучающихся как будущих молодых специалистов и формирование кадрового резерва по основной деятельности Организации.

5.2. Условия договора могут быть изменены или дополнены по предложению любой из Сторон. Предложения по изменению или дополнению условий договора рассматриваются в месячный срок. Изменения или дополнения в настоящий договор оформляются письменно дополнительным соглашением.

5.3. Договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

6. АДРЕСА И КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ СТОРОН

Полное наименование организации: Автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» Краткое название организации: АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» Юридический адрес: 125040, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 17 Телефон/факс: (495)3081001 ИНН:7714046437, Проректор по развитию _____ (ФИО) подпись М.П.	Полное наименование организации: Краткое название организации: Юридический адрес: _____ (должность) (мп) (ФИО)
---	---

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

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ**

(Тип: преддипломная практика)

Кафедра экономики и управления

Выдано обучающемуся _____
(фамилия, имя, отчество)

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

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

Место практики _____
(наименование организации, учреждения)

Сроки прохождения с _____ по _____

Содержание задания: _____

Планируемый результат:

В результате прохождения практики обучающийся должен освоить компетенции в соответствии с разделом 2 программы практики, систематизировать собранный во время прохождения практики материал и оформить отчет с соответствующими выводами и предложениями.

СОГЛАСОВАНО:

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

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

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

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

ДНЕВНИК

производственной практики

(тип: преддипломная практика)

Совместный рабочий график (план) прохождения практики	«Согласовано» Руководитель практики от университета	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
	«Согласовано» Руководитель практики от профильной организации	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
	Студент	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
Проведение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации	«Отметка о выполнении» Руководитель практики от профильной организации	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
	Студент	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
Содержание работ, выполненных во время прохождения практики	«Отметка о выполнении» Руководитель практики от профильной организации	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
	Руководитель практики от университета	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/
	Студент	/личная подпись/	/И.О. Фамилия/

ПРИЛОЖЕНИЕ 6
Бланк характеристики с места практики

_____ (название организации)

_____ (адрес: индекс, город, улица, дом)

_____ (реквизиты организации)

_____ (дата)

ХАРАКТЕРИСТИКА

Настоящая характеристика дана _____,
(Ф.И.О. обучающегося)

Проходившему (шей) производственную практику (тип: преддипломная практика) в
_____ (название организации)

с «__» _____ 2019 г. по «__» _____ 2019 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 _____ / _____
МП (подпись) (расшифровка подписи)