

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ 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
2019 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 – Профессионально-творческая практика.

Способ проведения практики¹ – стационарная и выездная

Форма проведения практики – дискретная.

Целью производственной практики (тип: профессионально-творческая практика) является 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 рекламы и PR. Практика предполагает введение студента в среду производства рекламы и PR-продукции и получение студентом профессиональных навыков и умений в творческой разработке данных продуктов.

Задачами производственной практики (тип: профессионально-творческая практика) являются:

- развитие и накопление специальных навыков;
- развитие навыков решения конкретных вопросов;
- изучение функции деятельности менеджера рекламной и PR- организаций любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристической и других сферах;
- участие в практической работе, связанной с разработкой и реализацией рекламных и PR-продуктов;
- установление эффективного взаимодействия с коллегами в организации;
- освоение способов сбора и обработки информации, необходимой в процессе выполнения основных функциональных обязанностей в сфере рекламы и PR;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики.

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.

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, он самостоятельно определяет место прохождения практики.

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

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(р)-2 |
| 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) медиапродуктов, 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; <p>Необходимые навыки (ОПК-3 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | <p>Необходимые знания (ОПК-4 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - запросы и потребности общества и аудитории в |

| | | |
|-------|---|--|
| | общества и аудитории в профессиональной деятельности | <p>профессиональной деятельности;</p> <p>Необходимые умения (ОПК-4 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности; - учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. <p>Необходимые навыки (ОПК-4 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | <p>Необходимые знания (ОПК-5 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; <p>Необходимые умения (ОПК-5 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Необходимые навыки (ОПК-5 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | <p>Необходимые знания (ОПК-6 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; <p>Необходимые умения (ОПК-6 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; <p>Необходимые навыки (ОПК-6 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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(р)-2 | Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ | <p>Необходимые знания (ПК(р)-2 НЗ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды маркетинговых стратегий для продукции СМИ; - методы разработки маркетинговых исследований для продукции СМИ <p>Необходимые умения (ПК(р)-2 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ <p>Необходимые навыки (ПК(р)-2 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ |
| 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 комплекса маркетинга <p>Необходимые умения (ПК(р)-4 НУ):</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для продукта СМИ <p>Необходимые навыки (ПК(р)-4 НН):</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга для продукта СМИ |

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 мидиапродуктах</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) мидиапродукта, и (или) коммуникационных продуктов.</p> | <p>- технологиями освещения процесса развития общественных и государственных институтов в различных областях.</p> |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-3 НЗ | ОПК-3 НУ | ОПК-3 НН |
| | <p>- основные достижения отечественной и мировой культуры для подготовки медиаматериалов на профессионально-творческой практике</p> | <p>- использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания мидиапродуктов, сценариев, эфирного материала</p> | <p>- навыками применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры в сфере медиакоммуникаций на профессионально-творческой практике</p> |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-4 НЗ | ОПК-4 НУ | ОПК-4 НН |
| | <p>- способы выявления запросов и потребностей общества при подготовке медиаматериалов</p> | <p>- прогнозировать потребности и запросы общества и аудитории при подготовке эфирного материала</p> | <p>- навыками создания, востребованного обществом и аудиторией профессионального</p> |

| | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|
| | - способы создания, востребованного медиапродукта на профессионально-творческой практике | -выявлять запросы общества и аудитории в медиапродукте - создавать медиапродукт, подготовить необходимый материал, востребованный обществом и аудиторией | медиапродукта |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-5 НЗ | ОПК-5 НУ | ОПК-5 НН |
| | - тенденции развития медиакоммуникационных систем. - правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем при подготовке медиаматериала | - применять правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем в сфере телевидения при подготовке медиаматериала. | - правовыми и этическими нормами регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при подготовке медиаматериала |
| Код индикатора достижения компетенции | ОПК-6 НЗ | ОПК-6 НУ | ОПК-6 НН |
| | - 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 | - использовать различные визуальные эффекты, учитывая степень социальной ответственности при подготовке медиаматериала на | - навыками применения визуальных эффектов - навыками определения степени социальной ответственности |

| | | | |
|---------------------------------------|---|--|--|
| | -механизмы средств и приемов достижения определенного результата (эффекта) от представления медиапродукта | производственной практике - оценивать последствия своей деятельности согласно принципам социальной ответственности при подготовке медиаматериала на производственной практике | визуальных эффектов |
| Код индикатора достижения компетенции | ПК(р)-2 НЗ | ПК(р)-2 НУ | ПК(р)-2 НН |
| | - основы маркетинга - виды маркетинговых стратегий для продукции СМИ; - способы и методы разработки маркетинговых стратегий для продукции СМИ | - обосновывать и выбирать методику разработки маркетинговой стратегии - разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ | - методикой разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ |
| 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

(профессионально-творческая практика) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание профессионально-творческой практики тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Организация маркетинговых исследований», «Анализ рекламной деятельности», «Разработка и технология производства рекламного продукта», «Рекламно-коммуникационный практикум», «Поведение потребителей». и др.

Профессионально-творческая 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 | 30/1080 |
| Контактная работа | | |
| | Лекции (установочный вебинар) | 4 |
| | Индивидуальные и групповые консультации | - |
| | Промежуточная аттестация: зачет с оценкой | 8 |
| Самостоятельная работа (СРС) | | 1068 |

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 | Индивидуальное задание на практику |

| | | | |
|---|---------------------|---|--|
| | | <p>прохождения практики, включая инструктаж по технике безопасности, получение задания на производственную практику определиться с предполагаемой темой работы, продумать (для более детального изучения) вопросы, необходимые для выполнения ВКР.</p> | |
| 2 | Основной этап | <p>Приобретение навыков сбора, обработки и анализа полученной информации. Овладение навыками обсуждения в коллективе собственного творческого процесса и включения его в потребности производственного процесса, определение возможности своего участия в проектах предприятия. Приобретение навыков организации рекламной (коммуникативной) деятельности предприятия. Овладение средствами коммуникативного воздействия, используемыми в создании рекламных/PR текстов. Изучение процесса создания рекламных материалов, разработки и проведения рекламных и PR-кампаний. Ознакомление с современными информационно-коммуникационными технологиями рекламы/PR. Приобретение навыка составления проектной документации предприятия: техзадания, бизнес-плана, брифа, контракта и др. Приобретение навыка планирования деятельности по организации мероприятий рекламного и PR-продвижения/создания имиджа, а также по реализации проектов и оценке эффективности данных мероприятий. Приобретение навыка организационно-управленческой работы в малой группе и изучение приёмов создания эффективной внутренней и внешней коммуникации.</p> | <p>Дневник практики, отчет по практике</p> |
| 3 | Заключительный этап | <p>Систематизация, анализ, обработка полученного материала, предоставление дневника, отчёта, характеристики, оценка отчетных</p> | <p>Дифференцированный зачет</p> |

| | | |
|--|------------|--|
| | документов | |
|--|------------|--|

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 документы:

- дневник практики;
- индивидуальное задание;
- отчет о прохождении практики;
- характеристику с места практики.

6.1 Индивидуальное задание на практику

Руководитель практики от университета разрабатывает Индивидуальные задания на практику в соответствии с направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленностью (профилем) подготовки «Реклама и связи с общественностью в бизнесе».

Индивидуальное задание может содержать от шести до десяти планируемых работ. Среди первых пунктов плана должна быть указана работа по изучению и анализу основных сведений об организации (организационно-правовая форма, направления деятельности, характер производимых товаров или услуг, основные поставщики ресурсов и покупатели продукции, потребители услуг), по сбору исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, характеризующих деятельность организации.

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 завершается в дневнике подписью руководителя практики от профильной организации. (Бланк дневника учебной 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.

Отчет содержит описание работ, выполненных студентом во время прохождения практики, а так же освоенных им видов деятельности. В отчете должно быть выражено личное отношение студента к деятельности, которой ему пришлось заниматься на протяжении всего периода практики, желание или нежелание профессионально выполнять тот вид работы, с которым ему удалось познакомиться на практике.

В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, отметить дисциплины, содержание которых позволило ему понять формы и методы работы, принятые в организации.

Во введении должны быть отражены: цели и задачи прохождения производственной практики, ее предмет и объект, краткое содержание основных видов работ, выполненных при прохождении практики.

В отчете необходимо отразить:

1. Общую характеристику организации:

- Наименование организации, ее организационно - правовая форма.
- Полные реквизиты организации.
- Виды деятельности организации, прописанные в соответствующих учредительных документах.
- Рынки сбыта товаров или услуг организации;
- Основные покупатели (приводится диаграмма в % соотношении юридических и физических лиц);

3-х).
- Основные конкуренты: критерии выбора конкурентов, перечень конкурентов (не менее

- Структура рекламного, маркетингового или PR отдела

- Организация рекламного процесса

2. Анализ рекламной (коммуникативной) деятельности организации:

- Анализ (за 2 года) рекламных кампаний организации и анализ затрат на их проведение.

- Анализ рекламных кампаний конкурентов, определение их сильных и слабых сторон.

- Анализ конкретных носителей, форм и методов рекламы с позиций их оптимального сочетания.

Анализ (за 2 года) стратегии общения с представителями общественности и средствами массовой информации.

- Анализ PR-кампаний конкурентов, определение их сильных и слабых сторон.

- Анализ деятельности организации по участию в разнообразных акциях (выставках, пресс-конференциях, презентациях, благотворительных акциях и пр.).

3. Оценка рекламной (коммуникативной) деятельности организации

- Оценка социально-экономической эффективности рекламной кампании организации.

- Оценка социально-экономической эффективности PR-кампаний.

- Формулировка одной проблемы, связанной с эффективностью рекламной (коммуникативной) деятельности организации.

- Разработка одного предложения по устранению выявленной проблемы. В заключении приводятся резюме по собранным материалам и рекомендации по совершенствованию деятельности организации, основанные на изложенных в предыдущих разделах материалах.

В заключении приводятся обоснованные предложения по совершенствованию управленческих решений, профессиональной деятельности с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

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, 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(р)-2; 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(р)-2; 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(р)-2; 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(р)-2 Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ | |
| 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: | <ul style="list-style-type: none"> - 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: | <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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 | | |
| УДОВЛЕТВИТЕЛЬНО | 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: | <ul style="list-style-type: none"> - студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий. |
| | Умеет: | <ul style="list-style-type: none"> 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 практического применения теоретических положений по проблеме;
- 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 общую характеристику организации - места прохождения практики студентом;
- Задание 4. Проанализировать рекламную (коммуникативную) деятельность организации – места прохождения практики.
- Задание 5. Дать оценку рекламной (коммуникативной) деятельности организации – места прохождения практики.
- Задание 6. Подготовить отчетные документы по практике.

Типовые контрольные вопросы

1. Назовите особенности развития коммуникационного пространства предприятия.
2. Назовите основные структурные подразделения, задействованные в рекламно-информационной работе коммерческой структуры.
3. Нарисуйте 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

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. Васильева, Л. А. Реклама : учебное пособие / Л. А. Васильева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 102 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
2. Сабетова, Т. В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; под редакцией Е. В. Закшевская. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>
3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>

Дополнительная литература:

1. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03211-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83154.html>
2. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>
3. Бердышев, С. Н. Рекламное агентство. С чего начать? / С. Н. Бердышев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-394-03257-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83125.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>
- 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 (тип: профессионально-творческая 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)

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Форма договора об организации и проведении практики

ДОГОВОР № _____
об организации и проведении практики обучающихся
АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» в организациях

г. Москва

« ____ » _____ 20__ г.

Автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», именуемое в дальнейшем АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», в лице проректора по развитию _____, действующего на основании доверенности от «__»__ 20__ года № __, с одной стороны и _____,
(полное наименование организации)

именуемая(ое, ый) в дальнейшем Организация, в лице

(должность)

(ФИО полностью)

Действующего(ей) на основании _____ № _____ от _____ г.
(доверенности / устава)

с другой стороны, вместе именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1. Предметом договора является представление Университету места для проведения практики обучающегося в согласованные сроки:

| | |
|---|---|
| Вид практики | <u>Производственная практика</u> (Тип: профессионально-творческая практика) |
| Направление подготовки, группа | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, группа _____ |
| ФИО обучающегося | _____ |
| Срок практики | _____ |
| Место прохождения практики | _____ |
| ФИО руководителя практики от профильной организации | _____ |

1.2. Стороны принимают на себя обязательства совместно организовывать и осуществлять в периоды, предусмотренные учебным планом практик в порядке, указанном в пункте 1.1. настоящего договора.

2. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» обязуется:

- 2.1.1. Руководствуясь учебным планом, направить обучающегося на практику в согласованные с Организацией сроки.
- 2.1.2. Согласовывать с Организацией не менее чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до начала практики даты и количество направляемых обучающихся, а также предоставлять списки лиц, направляемых на практику.
- 2.1.3. Направлять обучающегося(ихся) АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» для прохождения практики с необходимой документацией (индивидуальное задание и т.д.).
- 2.1.4. Назначить руководителя практики АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ».
- 2.1.5. Сформировать совместный план-график прохождения практики, необходимый для организации и результативного проведения практики, согласовать их с Организацией.
- 2.1.6. Предоставить Организации программу практики обучающегося(ихся) и осуществлять контроль за соответствием содержания работы обучающегося(ихся) программе практики.

2.2. Организация обязуется:

- 2.2.1. Принять на практику обучающегося(ихся) в согласованные сроки, предусмотренные учебным планом.
- 2.2.2. Обеспечить обучающемуся(имся) организационное и учебно-техническое руководство путем назначения руководителя практики из числа постоянно работающих квалифицированных специалистов.
- 2.2.3. Создать условия для высококачественного овладения обучающимся(имися) профессиональными знаниями, умениями и навыками труда, а именно выделять для обучающихся оборудование, инструменты, материалы и предоставлять им (ему) возможность ознакомления с необходимой для выполнения программы

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: профессионально-творческая 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: профессионально-творческая 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/ |

Москва 20__

_____ (название организации)

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

_____ (реквизиты организации)

_____ (дата)

ХАРАКТЕРИСТИКА

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

Проходившему(шей) производственную практику (тип: профессионально-творческая практика)
в _____
(название организации)

с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ 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)