

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**  
**(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ 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 – учебная практика.

Тип практики – Профессионально-ознакомительная практика.

Способ проведения практики<sup>1</sup> – стационарная и выездная

Форма проведения практики – дискретная.

**Цель** прохождения учебной практики:

- 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.

**Задачами** прохождения учебной практики являются:

-получить представление о способах организации деятельности предприятия и его отдельных структурных подразделений;

-познакомиться с базовыми вопросами организации деятельности рекламной и/или PR-службы организации любой организационно-правовой формы в промышленности, торговле, на транспорте, в банковской, страховой, туристской и других сферах деятельности, в том числе в рекламных и/или PR-агентствах; маркетинговых отделах организаций и предприятий;

-приобрести практические умения и навыки по выполнению должностных обязанностей специалистов.

**Место учебной 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.

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:

<sup>1</sup> (при наличии) Приказ Минобрнауки России от 15.12.2017 N 1225

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)-1

#### 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	<b>Необходимые знания (ОПК-1 НЗ):</b> - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; - нормы русского и иностранного языков;

	(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>- особенности иных знаковых систем;  <b>Необходимые умения (ОПК-1 НУ):</b>  - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков;  - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем;  <b>Необходимые навыки (ОПК-1 НН):</b>  - 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</p>
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><b>Необходимые знания (ОПК -2 НЗ):</b>  - тенденции развития общественных и государственных институтов;  <b>Необходимые умения (ОПК-2 НУ):</b>  - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов;  - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов;  <b>Необходимые навыки (ОПК-2 НН):</b>  - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p><b>Необходимые знания (ОПК-3 НЗ):</b>  - достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;  <b>Необходимые умения (ОПК-3 НУ):</b>  - анализировать достижения отечественной и мировой культуры;  - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов;  <b>Необходимые навыки (ОПК-3 НН):</b>  - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в	<p><b>Необходимые знания (ОПК-4 НЗ):</b>  - запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;</p>

	профессиональной деятельности	<p><b>Необходимые умения (ОПК-4 НУ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности;</li> <li>- учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Необходимые навыки (ОПК-4 НН):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</li> </ul>
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><b>Необходимые знания (ОПК-5 НЗ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</li> <li>- политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;</li> </ul> <p><b>Необходимые умения (ОПК-5 НУ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</li> <li>- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</li> </ul> <p><b>Необходимые навыки (ОПК-5 НН):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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</li> </ul>
ОПК-6	способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p><b>Необходимые знания (ОПК-6 НЗ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</li> </ul> <p><b>Необходимые умения (ОПК-6 НУ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</li> </ul> <p><b>Необходимые навыки (ОПК-6 НН):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</li> </ul>
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной	<p><b>Необходимые знания (ОПК-7 НЗ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности;</li> </ul>

	деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы создания социальной ответственности;</li> <li><b>Необходимые умения (ОПК-7 НУ):</b></li> <li>- прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности;</li> <li>- оценивать последствия своей профессиональной деятельности;</li> <li>- учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности;</li> <li><b>Необходимые навыки (ОПК-7 НН):</b></li> <li>- учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</li> </ul>
ПК(р)-1	Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Необходимые знания (ПК(р)-1НЗ):</b></li> <li>- основные этапы организации маркетинговых исследований в области СМИ</li> <li><b>Необходимые умения (ПК(р)-1НУ):</b></li> <li>- уметь организовать маркетинговые исследования в области СМИ</li> <li><b>Необходимые навыки (ПК-1(р)НН):</b></li> <li>- навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ</li> </ul>

## 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	<b>ОПК-1НЗ</b>	<b>ОПК-1НУ</b>	<b>ОПК-1НН</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нормы русского языка</li> <li>- нормы иностранного языка</li> <li>- особенности иных знаковых систем</li> <li>- методы и принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов</li> <li>- современные потребности общества в медиапродуктах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-применять нормы русского и иностранного языка и иных знаковых систем при создании медиапродукта</li> <li>-использовать основы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов с учетом современных потребностей общества</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения современных знаковых систем в медиасфере</li> <li>- навыками создания медиа- и коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского, иностранного языков и инфографических знаковых систем.</li> <li>- навыками определения необходимости</li> </ul>

			разработки медиапродукта на основе знаний о потребностях общества
Код индикатора достижения компетенции	<b>ОПК-2НЗ</b>	<b>ОПК-2НУ</b>	<b>ОПК-2НН</b>
	- закономерности и тенденции развития общественных и государственных институтов - принципы и методы освещения процесса развития общественных институтов.	- применять принципы и методы освещения процесса развития общественных институтов средствами медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационных продуктов.	- навыками освещения процесса развития общественных институтов в различных областях.
Код индикатора достижения компетенции	<b>ОПК-3НЗ</b>	<b>ОПК-3НУ</b>	<b>ОПК-3НН</b>
	- историю отечественной и мировой культуры - основные достижения отечественной и мировой культуры	- использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов в сфере рекламной деятельности	- навыками применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры в рекламной деятельности
Код индикатора достижения компетенции	<b>ОПК-4НЗ</b>	<b>ОПК-4НУ</b>	<b>ОПК-4НН</b>
	- способы выявления запросов и потребностей общества - особенности восприятия рекламного продукта аудиторией - способы создания, эффективного рекламного продукта	- прогнозировать потребности и запросы общества и аудитории - выявлять запросы общества и аудитории в представлении информации посредством рекламы - применять различные технологии для создания рекламного продукта	- навыками проведения исследования для определения понимания степени воздействия рекламного продукта на потребителя - навыками создания, востребованного обществом и аудиторией профессионального рекламного продукта
Код индикатора достижения компетенции	<b>ОПК-5НЗ</b>	<b>ОПК-5НУ</b>	<b>ОПК-5НН</b>
	- основы медиаменеджмента, его специфику - тенденции развития медиакоммуникационны	- проводить исследования рынка и осуществлять продвижение услуг - применять правовые и этические нормы	- навыками применения политических и экономических механизмов функционирования



	<p>х систем.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем.</li> <li>- правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем</li> </ul>	<p>регулирования медиакоммуникационных систем в СМИ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</li> </ul>	<p>медиакоммуникационных систем.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками менеджмента в СМИ</li> <li>- применения правовых и этических норм регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</li> </ul>
Код индикатора достижения компетенции	<b>ОПК-6НЗ</b>	<b>ОПК-6НУ</b>	<b>ОПК-6НН</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологии применения технических средств в сфере рекламных коммуникаций.</li> <li>- законы и принципы современных информационно-коммуникационных, компьютерных технологий в сфере рекламных коммуникаций.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать информационно-коммуникационные, компьютерные и иные технологии в сфере рекламных коммуникаций.</li> <li>- осознанно применять технические средства в сфере рекламных коммуникаций</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения технических средств, информационно-коммуникационных, компьютерных и иных технологий в сфере рекламных коммуникаций</li> </ul>
Код индикатора достижения компетенции	<b>ОПК-7НЗ</b>	<b>ОПК-7НУ</b>	<b>ОПК-7НН</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику прогнозирования и планирования</li> <li>- механизмы средств и приемов достижения определенного результата (эффекта)</li> <li>- требования гражданского долга, социальных задач, норм, ценностей в соответствии с социальной необходимостью.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать рекламные эффекты, учитывая степень социальной ответственности</li> <li>- прогнозировать и планировать последствия своей деятельности в сфере рекламных коммуникаций,</li> <li>- оценивать последствия своей деятельности согласно принципам социальной ответственности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения рекламных эффектов</li> <li>- навыками определения степени социальной ответственности медиакоммуникационных эффектов</li> </ul>
Код индикатора достижения	<b>ПК(р)-1НЗ</b>	<b>ПК(р)-1НУ</b>	<b>ПК(р)-1НН</b>

компетенци и			
	- основные этапы организации маркетинговых исследований в области СМИ	- уметь организовать маркетинговые исследования в области СМИ	- навыками организации маркетинговых исследований в области 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, учебная практика является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Содержание учебной 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» и др.

Учебная 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>
<b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы/часы		12/432
<b>Контактная работа</b>		
	Лекции (установочный вебинар)	4
	Индивидуальные и групповые консультации	-
	Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	8
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>		420

### 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Учебная 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	Индивидуальное задание на практику

		о направлении на практику на имя заведующего кафедрой, оформление договора в организации и передача в Университет, ознакомление с правилами внутреннего распорядка в организации прохождения практики, включая инструктаж по технике безопасности, получение задания на учебную практику.	
2	Основной этап	Выполнение задания, сбор, обработка и анализ полученной информации, сбор, обработка и систематизация специальной литературы, участие в работе одного из структурных подразделений организации, в которой проходит практика, ознакомление с законодательной и нормативной базой, контролирующей деятельность рекламного (маркетингового или PR) отдела/агентства; ознакомление со структурой и должностными обязанностями сотрудников рекламного (маркетингового или PR отдела/агентства); изучение состава и принципов построения рекламной (маркетинговой или PR) структуры, её задач и функций, системы взаимоотношений с другими структурными подразделениями; приобретение практических навыков коммуникативного взаимодействия с коллективом в условиях производственного процесса; формирование умения определять возможности своего участия в проектах предприятия, знакомство с приемами и методами работы менеджера по рекламе (копирайтера, криэйтора, пресс-секретаря, политтехнолога и др. специалистов); изучение применяемых коммуникационных технологий в деятельности предприятия, методов сбора и анализа информации; овладение навыками планирования деятельности; изучение проектной документации предприятия: техзадание, бизнес-план, бриф, контракт и др.	Дневник практики, отчет по практике
3	Заключительный этап	Систематизация, анализ, обработка полученного материала,	Дифференцированный зачет

	предоставление дневника, отчёта, характеристики, оценка отчетных документов	
--	---	--

В ходе прохождения учебной 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 направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиллю): «Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации»

Индивидуальное задание может содержать от четырех до десяти планируемых работ. Среди первых пунктов плана должна быть указана работа обучающегося по изучению устава и нормативно-правовой базы, организационной структуры и описание деятельности структурного подразделения, в котором проходила практика.

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.

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

При составлении отчета необходимо использовать основы знаний в различных сферах деятельности.

В отчете необходимо отразить:

- краткую характеристику объекта практики,
- характеристику структуры и функций отдела, где студент проходил практику,

- характеристику и анализ основных организационно-управленческих процессов, которые используются на данном предприятии,
- характеристику разработанного рекламного или PR продукта,
- содержание деятельности самого студента в работе выбранного подразделения.

В заключении приводятся общие выводы. Формулируется утверждение о выполнении поставленной цели практики.

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.).

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.

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 учебной 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*

- 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 учебной практике	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5;	Заявление на имя заведующего кафедрой о направлении на практику; Оформленный договор об

		ОПК-6; ОПК-7; ПК(р)-1	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)-1	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)-1	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	<b>Зачет с оценкой</b>
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)-1 Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ	

## 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 разработанными для этого критериями.

### 7.2.1 Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
<b>Повышенный уровень достижения компетенций</b>		
<b>ОТЛИЧНО</b>	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:	- 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.
<b>Продвинутый уровень достижения компетенций</b>		
<b>ХОРОШО</b>	Знает:	- 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:	- 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



		<p>понятия и ссылки на нормативную базу.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных кейсами и т.д.;</li> <li>При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков</li> <li>- выделения главного,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>
<b>Пороговый уровень достижения компетенций</b>		
<b>УДОВОЛВИТЕЛЬНО</b>	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении;</li> <li>- показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- практически не способен сформулировать выводы и обобщения;</li> <li>- частично владеет системой понятий.</li> </ul>
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.</li> </ul>
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных кейсами и т.д.;</li> <li>При решении продемонстрировал недостаточность навыков</li> <li>- выделения главного,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа фактов, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>
<b>Компетенция не достигнута</b>		
<b>НЕУДОВОЛВИТЕЛЬНО</b>	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент не усвоил значительной части материала;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует квалифицированных выводов и обобщений;</li> <li>- не владеет системой понятий.</li> </ul>
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.</li> </ul>
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.</li> </ul>

*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 или 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. Ознакомиться со структурой предприятия, должностной инструкцией сотрудников рекламного отдела, с рекламной политикой организации.

Задание 4. Изучить рекламное продвижение предприятия: прошедших и текущих кампаний, технологий рекламного рутинного сопровождения компании.

Задание 5. Изучить каналы распространения рекламной информации, которые использует база практики: СМИ, Интернет, наружная реклама, места распространения полиграфии и другой рекламной информации. Проанализировать ценовую политику каналов распространения. Проанализировать информацию о других каналах, ранее не используемых представителями базы.

Задание 6. Изучить ценовую политику и возможности производства предприятий – рекламопроизводителей, услугами которых пользуется представители базы практики.

Задание 7. Изучить процедуру построения отношений между сотрудниками организации и клиентами: выяснить заполняется ли бриф, как происходит процесс согласования дизайна / производство рекламного материалов и т.д.

Задание 8. Подготовить отчетные документы практики

#### **Типовые контрольные вопросы**

1. Перечислите законодательные и нормативные документы, регламентирующие деятельность организации.
2. Нарисуйте организационную структуру и опишите должностные обязанности сотрудников организации.
3. Какие практические навыки сбора и анализа информации, а также навыки работы в различных рекламных и PR жанрах в условиях производственного процесса вы приобрели?
4. Какими навыками планирования, обсуждения в коллективе собственного творческого процесса и включения его в потребности производственного процесса вы овладели?
5. Как вы сумели определить возможности своего участия в проектах предприятия?
6. Расскажите, какие практические приемы и методы работы менеджера по рекламе, копирайтера, крейтора вы узнали.
7. Дайте представление об организации рекламной (коммуникативной) деятельности предприятия: характеристике, составе и принципах построения рекламных

- структур, их задачах и функциях, системе взаимоотношений с другими структурными подразделениями.
8. Перечислите средства коммуникативного воздействия, используемыми в рекламе и PR-деятельности организации.
  9. Охарактеризуйте состояние рекламного рынка Вашего города
  10. Опишите процесс создания рекламного продукта или разработки рекламной кампании.

#### **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**

#### *8.1 Основная учебная 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>

#### *8.2 Дополнительная учебная 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/](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](http://www.rwr.ru)
3. Рекламные идеи: <http://www.advi.ru/>
4. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://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](http://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](http://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 учебной 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 учебной практики (тип: Профессионально-ознакомительная 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  
АНО ВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» в организациях

г. Москва

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», именуемое в дальнейшем АНО ВО «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>Учебная практика</u> (тип: Профессионально-ознакомительная 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. АНО ВО «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) АНО ВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» для прохождения практики с необходимой документацией (индивидуальное задание и т.д.).

2.1.4. Назначить руководителя практики АНО ВО «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

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



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

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

**НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ**

**(Тип: профессионально-ознакомительная 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**

**учебной практики**

**(тип: профессионально-ознакомительная 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\_\_





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

**ОТЧЕТ**

по учебной практике

**(тип: профессионально-ознакомительная практика)**

В \_\_\_\_\_  
(наименование организации, предприятия)

Выполнил обучающийся(щаяся)  
заочной формы обучения

направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

\_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(ученая степень, звание) (подпись) (Ф.И.О.)

Москва 20\_\_

\_\_\_\_\_  
(название организации)

\_\_\_\_\_  
(адрес: индекс, город, улица, дом)

\_\_\_\_\_  
(реквизиты организации)

\_\_\_\_\_  
(дата)

### ХАРАКТЕРИСТИКА

Настоящая характеристика дана \_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)

Проходившему(шей) учебную практику (тип: профессионально-ознакомительная 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)