

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

Рабочая программа учебной практики

**Профессионально-ознакомительная практика**

*Направление подготовки*

Реклама и связи с общественностью

---

*Код*

42.03.01

---

*Направленность (профиль)*

Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR

---

*Квалификация выпускника*

бакалавр

---

**Москва  
2023 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
  - 2.1 Перечень кодов и компетенций, формулируемых практикой в процессе освоения образовательной программы.
    - 2.1.1 Компетенции и индикаторы их достижения.
  - 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
3. Место практики в структуре ОП
4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях и академических часах
5. Содержание практики
6. Формы отчетности по практике
7. Фонд оценочных средств, для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.
  - 7.1 Паспорт фонда оценочных средств
  - 7.2 Описание показателей и критериев оценивания результатов практики
    - 7.2.1 Показатели и критерии оценивания результатов практики
    - 7.2.2 Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики
  - 8.1 Основная учебная литература
  - 8.2 Дополнительная литература
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

## ***1. Вид практики, способы и формы ее проведения***

Вид практики: учебная.

Тип практики: профессионально-ознакомительная.

Учебная практика запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки: 42.03.01 -Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль): Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR

Способ проведения практики – дискретная.

### **Место проведения практики**

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

**Цель** 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** 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.

**Базы учебной практики** – проводится на предприятиях сферы рекламы и PR. Местом прохождения учебной практики могут быть предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм.

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

Программа практики составлена в соответствии с:

1. Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. N 273-ФЗ;
2. Трудовым кодексом Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 13.07.2015);
3. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
4. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом № 512 от 08.06.2017 г.
5. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

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

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

<b>Группа компетенций</b>	<b>Категория компетенций</b>	<b>Код</b>
Общепрофессиональные	Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1
	Общество и государство	ОПК-2
	Культура	ОПК-3
	Аудитория	ОПК-4
	Медиакоммуникационная система	ОПК-5
	Технологии	ОПК-6
	Эффекты	ОПК-7

**2.1.1 Компетенции и индикаторы их достижения**

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>
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>ОПК-1.1. Выделяет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК- 1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК- 1.3. Оперировать различными жанрами и форматами медиатекстов в соответствии с нормами русского и иностранного языков</p> <p>ОПК- 1.4. Учитывает при работе с коммуникационными продуктами особенности 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>ОПК 2.1. Понимает сложную систему и взаимосвязь общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования в социуме</p> <p>ОПК-2.2. Принимает во внимание основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-2.3. Выбирает каналы и способы освещения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых 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>ОПК 3.1 Знает периодизацию и историю развития основных художественных стилей и направлений;</p> <p>ОПК 3.2. Учитывает связь искусства и социальной практики в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов;</p> <p>ОПК 3.3. Принимает во внимание конфессиональные и культурные различия в современном обществе в процессе создания коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-3.4 – Использует целостный подход к анализу проблем искусства в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК 4.1. Учитывает запросы и потребности как общества в целом, так и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК 4.2. Использует весь арсенал инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p> <p>ОПК-4.3. Владеет навыками получения и обработки социологических данных о целевой аудитории для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1 Учитывает политические, экономические факторы на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2 Определяет специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы при осуществлении своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-5.3 Определяет тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира</p> <p>ОПК 5.4 Принимает во внимание этические нормы, регулирующие развитие различных медиакommunikационных систем</p>
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1 Уверенно работает с необходимым для профессиональной деятельности техническим оборудованием и программным обеспечением</p> <p>ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-6.3 Использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1 Применяет цеховые принципы социальной ответственности, учитывает типовые эффекты и последствия своей профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-7.3 Применяет в профессиональной деятельности этические нормы, принятые профессиональным сообществом</p>

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

**оценки результатов обучения по практике**

2.2.1. Описание планируемых результатов обучения по учебной практике  
 Планируемые результаты обучения по учебной практике представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

<b>Дескрипторы по практике</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
Код компетенции	ОПК-1		
	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	различными жанрами и форматами в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Код компетенции	ОПК-2		
	систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	способностью определять тенденции развития общественных и государственных институтов и освещения их в создаваемых коммуникационных продуктах
Код компетенции	ОПК-3		
	основные достижения отечественной и мировой культуры	учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	навыками демонстрации кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Код компетенции	ОПК-4		
	запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп	использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	навыками получения и обработки социологических данных о целевой аудитории для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Код компетенции	ОПК-5		
	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	навыками определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
Код компетенции	ОПК-6		
	способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	современными техническими средствами и информационно-коммуникационными технологиями для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Код компетенции	ОПК-7		
	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной



	рекламы и связей с общественностью	рекламы и (или) связей с общественностью	или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
--	------------------------------------	--	---

### **3. Место практики в структуре ОП.**

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01- Реклама и связи с общественностью, направленности (профилю): Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR, 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 «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью» 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.

### **4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях и академических часах.**

<b>Виды учебной работы</b>	<b>Формы обучения</b>		
	<b>Очная</b>	<b>Очно-заочная</b>	<b>Заочная</b>
<b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы	6	6	6
<b>Общая трудоемкость:</b> недели/часы	4/216	4/216	4/216

### **5. Содержание практики.**

Учебная практика содержит ряд этапов:

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

<b>№ п/п</b>	<b>Этапы производственной практики</b>	<b>Вид работ</b>	<b>Формы контроля</b>
1.	<b>Подготовительный этап</b>	- Знакомство с программой практики и тематикой задания. - Инструктаж по технике безопасности	<b>собеседование</b>
2.	<b>Основной этап</b>	Знакомство с программой практики. Заключение индивидуальных договоров. План проведения практики. Организация труда на практике. Формы отчетности по практике. Взаимодействие в ходе служебной деятельности. Ознакомление с техникой безопасности и охраной труда в организации, правилами	<b>собеседование</b>

		<p>внутреннего распорядка (инструктаж по технике безопасности). Особенности организации работы со служебными документами. Информационная безопасность. Рабочее место, рабочее время.</p>	
		<p>Профессионально-ознакомительная практика осуществляется в рамках учебной программы с учётом производственных интересов и возможностей органа предприятия, организации, учреждения.</p> <p>Практика подкрепляет теоретическую часть обучения и предваряет этап профессионально-творческой практики. Местом прохождения является организация, соответствующая направленности подготовки (профилю обучения) студента.</p> <p><b>Основным содержанием этапа является:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомиться с законодательной и нормативной базой, контролирующей деятельность рекламного (маркетингового или PR) отдела/агентства;</li> <li>- ознакомиться со структурой и должностными обязанностями сотрудников рекламного (маркетингового или PR отдела/агентства);</li> <li>изучить состав и принципы построения рекламной (маркетинговой или PR) структуры, её задачи и функции, систему взаимоотношений с другими структурными подразделениями;</li> <li>приобрести практические навыки коммуникативного взаимодействия с коллективом в условиях производственного процесса; сформировать умение определить возможности своего участия в проектах предприятия.</li> <li>- ознакомиться с приемами и методами работы менеджера по рекламе (копирайтера, криэйтора, пресс-секретаря, политтехнолога и др. специалистов);</li> <li>- изучить применяемые коммуникационные технологии в деятельности предприятия, методы сбора и анализа информации ;</li> <li>- овладеть навыками планирования деятельности;</li> <li>- изучить проектную документацию предприятия: техзадание, бизнес-план, бриф, контракт и др.</li> </ul>	<b>текущий</b>
3.	Заключительный этап	<p>Обобщение практического опыта работы.</p> <p>Подготовка отчета. Защита отчета на итоговой конференции.</p>	<b>промежуточный</b>

В ходе прохождения учебной практики используются следующие образовательные технологии:

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

В ходе практики применяются следующие технологии:

1. консультации руководителей практики в вузе и в редакциях со студентами, включая вводный инструктаж по технике безопасности и по правилам работы на профессиональном оборудовании;
2. технологии поиска и использования информации в сети интернет;
3. анализ документов;
4. анализ различных источников информации,
5. наблюдение

## **6. Формы отчетности по практике.**

По окончании практики студенты должны представить следующие документы:

- отчет о прохождении практики;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- характеристику с места практики;
- совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 5).

### **5.1 Дневник практики и порядок его представления.**

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

- задание на практику (Приложение 1)
- календарный план прохождения основных этапов практики и ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики

Посещение мест практики заверяется в дневнике подписью руководителя практики.

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

### **5.2 Отчет по практике.**

По итогам прохождения учебной практики подготавливается и защищается отчет.

Объем отчета (без приложений) – не менее 10 страниц формата А 4. Выравнивание по ширине. Гарнитура – Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5. Параметры страницы – сверху и снизу 20 мм, слева 30 мм, справа 15 мм. Нумерация страниц ставится внизу, по центру страницы.

В тексте допускаются схемы и таблицы; схемы и таблицы, занимающие более 70% страницы, размещаются в приложении к отчету.

К отчету прилагаются:

1. задание на практику (Приложение 1),
2. дневник прохождения практики (Приложение 2),

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

Материал отчета излагается в стиле эссе. Отчет должен содержать описание работы, выполнявшейся во время практики, и видов деятельности, освоенных студентом. 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, показать, содержание каких дисциплин позволило ему понять формы и методы работы над выполнением задания.

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

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

Во введении должны быть отражены: цели и задачи прохождения практики, ее предмет и объект, основное содержание своей работы во время практики.

Основная часть должна содержать:

1. Краткая характеристика объекта практики
2. Характеристика структуры и функций отдела, где студент проходил практику.
3. Характеристика и анализ основных организационно-управленческих процессов, которые используются на данном предприятии.
4. Характеристика разработанного рекламного или PR продукта
5. Содержание деятельности самого студента в работе выбранного подразделения.

Заключение содержит личное отношение к той деятельности, которой пришлось заниматься в период ее прохождения.

## ***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*

- собеседование
- проверка заполнения дневников практики
- беседа с руководителем практики

#### *Промежуточный контроль (зачет с оценкой)*

- проверка отчетов по практике
- защита отчетов по практике в форме выступления на итоговой конференции
- просмотр видеоматериалов и других материалов практики

### ***7.1. Паспорт фонда оценочных средств***

<b>п\п</b>	<b>Контролируемые разделы</b>	<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
------------	-------------------------------	---------------------------------------	---

1.	Ведение дневника практики.	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7	Собеседование Проверка отчета Выступление на итоговой конференции
----	----------------------------	---	---

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания результатов практики

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

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

### 7.2.1. Показатели и критерии оценивания результатов практики

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 деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
<b>Продвинутый уровень достижения компетенций</b>		

<b>ХОРОШО</b>	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,</li> <li>- затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.</li> </ul>
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul>
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, 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>- связи теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>
<b>Пороговый уровень достижения компетенций</b>		
<b>УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО</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 деловыми играми, кейсами и т.д.;</li> <li>При решении продемонстрировал недостаточность навыков</li> <li>- выделения главного,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связи теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>
<b>Компетенция не достигнута</b>		
<b>НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО</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:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.
--	----------	--

***Критерии оценивания отчета по практике:***

1. Умение сформулировать цель и задачи отчета
2. Соответствие представленного материала теме отчета
3. Наличие элементов анализа проблемы
4. Логичность, последовательность раскрытия
5. Наличие выводов
6. Наличие практического применения теоретических положений по проблеме
7. Умение работать с литературой
8. Владение терминологией
9. Качество ответов на вопросы (полнота, аргументированность, умение реагировать на критику, готовность к дискуссии, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами)
10. Умение интегрировать знания, приобретённые в ходе прохождения творческой практики и отобразить это в отчете.

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

1. Знакомство со структурой предприятия, должностной инструкцией сотрудников рекламного отдела, с рекламной политикой организации.  
Итог: создание портрета организации.
2. Изучение рекламного продвижения предприятия: прошедших и текущих кампаний, технологий рекламного рутинного сопровождения компании. Сбор рекламных печатных материалов, теле- и аудио-роликов, фотографий о проведении рекламных акций.  
Итог: создание рекламного портфолио организации.
3. Изучение каналов распространения рекламной информации, которые использует база практики: СМИ, Интернет, наружная реклама, места распространения полиграфии и другой рекламной информации. Анализ ценовой политики каналов распространения. Сбор информации о других каналах, ранее не используемых представителями базы.  
Итог: создание базы данных о распространителях рекламы города.
4. Изучение ценовой политики и возможностей производства предприятий – рекламопроизводителей, услугами которых пользуется представители базы практики. Сбор информации о других производственных предприятиях данной сферы деятельности.  
Итог: создание базы данных о рекламопроизводителях города.
5. Участие в рекламном сопровождении / рекламной кампании, организованной для базы практики или базой практики (для рекламных агентств).  
Итог: описание основных используемых рекламных технологий.
6. Изучение построения отношений между сотрудниками организации и клиентами: выясняется ли бриф, как происходит процесс согласования дизайна / производство рекламных материалов и т.д.  
Итог: составление схемы взаимодействия.
7. Написание рекламных/ имиджевых текстов для полиграфии – листовки, брошюры для базы практики, для размещения на официальном сайте или других сайтах (о предприятии, о продвигаемом товаре/услуге). Согласование текстов у представителя базы практики.

Итог: написание трех рекламных текстов о компании

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

1. Расскажите о законодательной и нормативной базе, контролирующей деятельность организации.
2. Обрисуйте структуру и должностные обязанности сотрудников агентства.
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, криейтора 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. Расскажите о знакомстве со средствами коммуникативного воздействия, используемыми в рекламе и PR-деятельности.
9. Расскажите о состоянии рекламного рынка города через составление базы данных о рекламопроизводителях и рекламораспространителях.
10. Расскажите о процессе создания рекламного продукта или разработке рекламной кампании.

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

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

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

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

По итогам защиты отчетов, с учетом оценки отчета по практике руководитель практики от организации (вуза) выставляет комплексную оценку. Если по практике предусмотрен зачет с оценкой, то применяется следующая таблица соответствия:

Отлично, хорошо, удовлетворительно	зачтено
неудовлетворительно	не зачтено

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

***Основная учебная литература:***



1. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122163.html>
2. 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>
3. Горлова, Е. А. Риторика делового общения (в рамках курса «Русский язык и культура речи») : учебно-методическое пособие / Е. А. Горлова, О. В. Журавлёва. — Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 148 с. — ISBN 978-5-9585-0653-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58833.html>
4. 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>

#### *Дополнительная учебная литература:*

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81824.html>
3. Епифанова, А. Г. Дизайн-деятельность как социокультурная практика: репрезентация в актуальном рекламном дискурсе : монография / А. Г. Епифанова. — Челябинск : Южно-Уральский технологический университет, 2020. — 127 с. — ISBN 978-5-6044299-2-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109148.html>
4. Минбалеев, А. В. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / А. В. Минбалеев. — Москва : Юриспруденция, 2012. — 223 с. — ISBN 978-5-9516-0475-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8056.html>

#### *Периодические издания:*

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

***Интернет ресурсы:***

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

***9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).***

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 в ММУ достаточно для достижения целей практики и соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и практических производственных работ. Обучающиеся обеспечены возможностью доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета. Проведение защиты отчетов по практике предусматривает техническое сопровождение докладов с использованием мультимедийного комплекса.

Материально – техническая база ММУ соответствует действующим санитарно–техническим нормам, обеспечивает проведение всех видов практической и творческой работы студентов, предусмотренных учебным планом вуза и нормативными документами МО РФ.

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

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

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

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

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

Кафедра Рекламы и связей с общественностью

## ОТЧЕТ

**о прохождении учебной практики  
(тип: профессионально-ознакомительная)**

Наименование базы практики: \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики: с ..... по.....

Руководитель от профильной организации: \_\_\_\_\_  
(ФИО полностью; подпись)

Руководитель от организации (вуза): \_\_\_\_\_  
(ФИО полностью; подпись)

Студент группы .....

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

\_\_\_\_\_  
(ФИО студента; подпись)

Дата защиты отчёта: \_\_\_\_\_

Оценка за прохождение практики: \_\_\_\_\_

Москва 20\_\_\_\_ г.

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

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

**НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ**  
**(тип: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)**

Выдано студенту \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

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

Место практики \_\_\_\_\_  
(наименование органа власти или организации, учреждения)

**Содержание задания:**

- ознакомиться с законодательной и нормативной базой, контролирующей деятельность рекламного (маркетингового или PR) отдела/агентства;
- ознакомиться со структурой и должностными обязанностями сотрудников рекламного (маркетингового или PR отдела/агентства); изучить состав и принципы построения рекламной (маркетинговой или PR ) структуры, её задачи и функции, систему взаимоотношений с другими структурными подразделениями; приобрести практические навыки коммуникативного взаимодействия с коллективом в условиях производственного процесса; сформировать умение определять возможности своего участия в проектах предприятия;
- ознакомиться с приемами и методами работы менеджера по рекламе (копирайтера, криэйтора, пресс-секретаря, политтехнолога и др. специалистов);
- изучить методы сбора и анализа информации;
- овладеть навыками планирования деятельности;
- изучить проектную документацию предприятия: техзадание, бизнес-план, бриф, контракт и др.

**Планируемые результаты:** освоить компетенции в соответствии с разделом 2 программы практики, систематизировать собранный во время прохождения практики материал и оформить отчет с соответствующими выводами.

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель от профильной организации \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

Руководитель от организации (вуза) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

Задание принял \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись) (расшифровка подписи) (дата)

**ДНЕВНИК**

**прохождения \_\_\_\_\_ учебной \_\_\_\_\_ практики**

( \_\_ профессионально-ознакомительная \_\_ )

студента(ки) \_\_\_\_\_ курса

группы \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: \_\_\_\_\_

Срок прохождения практики \_\_\_\_\_

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

Руководитель практики \_\_\_\_\_ от профильной организации  
\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Руководитель практики от организации (вуза) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Студент  
\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(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)

На (в) \_\_\_\_\_  
(название организации)

с «...»..... по «...».....

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 \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

МП

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

## СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

проведения учебной практики  
(тип: профессионально-ознакомительная)

Обучающегося .... курса обучения учебной группы .....

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Вид работ	Срок прохождения этапа (периода) практики
1	Организационный этап	1. Организационное собрание (лекция) для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики	Дата (Из расписания)
		2. Инструктаж по технике безопасности.	Дата (Первый день практики)
		3. Разработка индивидуального задания.	Дата (за 2-3 дня до начала практики)
2	Основной этап	1. Сбор информации.	Даты «.....» - «.....»
		2. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала.	Даты «.....» - «.....»
3	Заключительный этап	Составление отчета по практике	Дата (1-2 дня)
		Защита отчета по практике	Дата (По расписанию)

Срок прохождения практики: с..... по.....

Место прохождения практики:

\_\_\_\_\_

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

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель от профильной организации

\_\_\_\_\_

(подпись, ФИО)

Руководитель от организации (вуза)

\_\_\_\_\_

(подпись, ФИО)

Студент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(подпись, ФИО)

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



---

**Методические рекомендации**  
**по оформлению отчетных документов по практике**  
**(учебная, производственная, преддипломная)**

Директор Департамента  
по работе с обучающимися

\_\_\_\_\_ .....

Заведующий отделом практики

\_\_\_\_\_ .....

г. Москва

В соответствии с действующими нормативными документами процесс организации и прохождения практики обучающихся регламентируется приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы

высшего образования». Форма и вид отчетности обучающихся о прохождении практики определяются Университетом.

Для направления на практику студент должен предоставить в отдел практики ММУ (кабинет 302) не менее чем за две недели до начала практики (согласно календарному учебному графику) следующие документы:

- заявление (Приложение № 1);
- договор (напечатанный на двух страницах) в двух экземплярах, подписанный, заверенный печатью профильной организации (Приложение № 2).

## **1. Формы отчетности по практике**

По окончании практики студент должны представить следующие документы:

- отчет о прохождении практики;
- индивидуальное задание на практику (Приложение 6);
- совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 7);
- дневник прохождения практики (Приложение 3);
- характеристику с места практики (Приложение № 4).

### **1.1 Отчет по практике**

По итогам прохождения практики, обучающиеся готовят и защищают отчет. (Титульный лист см. Приложение 5).

**Объем отчета (без приложений) составляет:**

#### **1. Учебная практика:**

- тип (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) - **не менее 10 страниц;**

#### **2. Производственная практика:**

- тип (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) - **не менее 15 страниц,**
- **тип (преддипломная практика) - не менее 25 страниц.**

Формат- А4. Выравнивание по ширине. Гарнитура – Times New Roman, кегль – 12, межстрочный интервал – 1,15. Параметры страницы – сверху и снизу 20 мм, слева 30 мм, справа 15 мм. Нумерация страниц ставится снизу по центру страницы.

В тексте допускаются схемы и таблицы; схемы и таблицы, занимающие более 70% страницы, размещаются в приложении к отчету.

**К отчету прилагаются:**

1. индивидуальное задание на практику (Приложение 6),
2. совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 7),
3. дневник прохождения практики (Приложение 3),
4. характеристика студента по месту прохождения практики (Приложение 4).
5. приложения.

Формы титульного листа отчета, индивидуального задания, совместного рабочего графика (плана) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации, дневника прохождения практики и характеристики приведены в приложениях ниже.

Материал отчета излагается в стиле эссе. Отчет должен содержать введение, в котором указывается цель и задачи прохождения практики, ее предмет и объект. Содержание основных разделов должно соответствовать индивидуальному заданию практики выдаваемого

руководителем практики от организации (вуза). В заключении делаются выводы по итогам практики, указываются приобретенные умения и навыки, и предложения по повышению эффективности предприятия – базы прохождения практики.

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

Текст отчета по практике должен содержать – титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, библиографический список из 10 и более источников.

### **1.2 Дневник практики и порядок его представления**

Дневник практики является основным документом, отражающим краткое содержание ежедневной работы практиканта.

Результаты контроля выполнения мероприятий отмечаются в соответствующей графе и заверяются подписью руководителя практики от предприятия, организации.

### **1.3 Характеристика с места практики**

Заполняется руководителем от организации на официальном бланке организации или удостоверяется официальной печатью организации.

## **2. Структура отчета**

Отчет со всеми документами сдается руководителю практики от организации (вуза) прошитый в папку скоросшивателем в следующей последовательности:

1. титульный лист (Приложение №5);
2. индивидуальное задание (Приложение № 6);
- 3.совместный рабочий график (план) проведения практики руководителя практики от организации (вуза) и руководителя практики от профильной организации (Приложение 7);
3. содержание;
4. введение;
- 5.основная часть;
6. заключение;
- 7.библиографический список (не менее 10 источников);
- 8.приложения;
9. дневник практики (Приложение 3);
- 10.характеристика (Приложение 4).

## **3. Защита отчета по практике**

По результатам защиты выставляется оценка – отлично, хорошо, удовлетворительно, которая фиксируется в ведомости и зачетной книжке обучающегося.

При этом обучающиеся, получившие неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождения промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин, могут быть отчислены из Университета как имеющие академическую задолженность.