



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

Утверждаю
Проректор по учебной и
методической работе
Н.В. Кельчина
« 01 » 20 20 г.



**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Б2.В.01(Пд) Преддипломная практика**

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в
предпринимательской деятельности»

Рабочая программа рассмотрена и
утверждена на заседании кафедры
менеджмента, рекламы и связей с
общественностью

10.01.2020, протокол № 06

Заведующий кафедрой
кандидат экономических наук, доцент Бойко В.Л.

Москва
2020

Пояснительная записка

Вид практики: производственная.

Тип практики: преддипломная.

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Формы проведения учебной практики: дискретно.

Преддипломная практика является обязательным компонентом учебного плана. Преддипломная практика организуется с таким расчетом, чтобы обучающий получил возможность использовать опыт, накопленный при ее прохождении, для подготовки выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика даёт обучающемуся реальную возможность обобщить и систематизировать свои знания в области фундаментальных и прикладных наук и направить их на самостоятельное решение комплекса экономических задач при выполнении выпускной квалификационной работы.

При разработке данной программы учтены требования профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный номер №33973).

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

1.1 Цели и задачи практики

Целью преддипломной практики является приобретение обучающимися опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а так же закрепление накопленных в процессе обучения знаний, умений и практических навыков профессиональной деятельности, сбор материалов по теме выпускной квалификационной работы.

Задачами преддипломной практики являются:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- сбор, обработка и систематизация практического материала для дальнейшего использования и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

1.2 Планируемые результаты освоения образовательной программы при прохождении практики

Преддипломная практика направлена на формирование следующих компетенций:

В результате прохождения практики студенты должны овладеть следующими компетенциями:

ПК-1 Способен к разработке контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью

ПК-2 Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями

ПК-3 Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации

ПК-4 Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-5 Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-1 Способен к разработке контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью	<p>ПК-1.1. Планирует мероприятия по продвижению продукции и планирует расходы на их проведение.</p> <p>ПК-1.2. Разрабатывает концептуальные и стратегические документы в области маркетинга.</p> <p>ПК-1.3. Разрабатывает контент для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организацию системы сбыта и товародвижения; – планирование оптовых и розничных продаж; – технологии бренд-менеджмента; – технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний; – технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать современные интернет-технологии и специализированные программные продукты; – интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга; – навыками планирования мероприятий по продвижению продукции и планирования расходов на их проведение.
ПК-2 Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями	ПК-2.1. Определяет информационные потребности СМИ и управляет информационными ресурсами и цифровыми коммуникациями.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятия информационного пространства, информационных ресурсов, цифровых коммуникаций; – основные принципы управления информационными ресурсами; – общая характеристика и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
	ПК-2.2. Управляет информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями	<p>классификация современных программных средств;</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять информационными ресурсами и цифровыми коммуникациями; – определять информационные потребности СМИ; – применять информационные технологии обеспечения управления информационными ресурсами; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы в информационной среде интернет; – методикой регулирования информационной деятельности в соответствии с законодательной базой.
ПК-3 Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации	<p>ПК-3.1. Формулирует достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции компании, в том числе СМИ.</p> <p>ПК-3.2. Организует продвижение продукции компании, в том числе СМИ.</p> <p>ПК-3.3. Применяет количественные и качественные методы анализа оценки эффективности результатов продвижения компании в том числе продукции СМИ.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ; – нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность в области оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; – использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыки применения количественных и качественных методов анализа оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ; – навыки анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных.
ПК-4 Способен к организации реализации коммуникационных	ПК-4.1. Оценивает эффективность готовых медиапланов организации и реализации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы организации и реализации коммуникационных кампаний; – основные принципы организации

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
кампаний и мероприятий	коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-4.2. Разрабатывает рекламные кампании различных марок (брендов), фирм, товаров и услуг. ПК-4.3. Проводит рекламные кампании и кампании по СО в различных сферах.	рекламной кампании; – методы оценки эффективности рекламных кампаний; Уметь: – осуществлять выбор вида СМИ в зависимости от поставленной задачи; – оценивать эффективность готовых медиапланов рекламы; – разрабатывать рекламные кампании различных марок (брендов), фирм, товаров и услуг; Владеть: – стратегиями и алгоритмами построения различных рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью; – навыками проведения рекламных кампаний и кампаний по СО в различных сферах.
ПК-5 Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-5.1. Осуществляет сбор, обработку, анализ и наглядное представление информации по исследованиям в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-5.2. Использует современные информационно-коммуникационные технологии для проведения исследований в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-5.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ	Знать: – маркетинговые технологии; – основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; – нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность в области маркетинговых исследований; Уметь: – использовать современные информационно-коммуникационные технологии; – устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); – находить и анализировать необходимую информацию; – выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ; – проводить презентацию результатов маркетингового исследования; Владеть: – навыками определения существенных характеристик целевой аудитории потребителей продукции СМИ; – методикой ведения деловых переговоров; – Навыками составления аналитических отчетов.

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен освоить:

Обобщенную трудовую функцию: Организация продвижения продукции СМИ

Трудовую функцию: Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ

Трудовые действия:

- Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий.
- Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.
- Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ.
- Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ.
- Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.
- Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ.
- Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.

Трудовую функцию: Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

Трудовые действия:

- Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ.
- Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.
- Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.
- Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.
- Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях.
- Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.

Трудовую функцию: Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Трудовые действия:

- Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
- Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
- Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
- Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
- Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ

Трудовую функцию: Организация маркетинговых исследований в области СМИ

Трудовые действия:

- Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ.

- Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
- Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
- Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.
- Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ.
- Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ.

2. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика является составляющей учебного плана. Преддипломная практика входит в состав блока 2 «Практики» программы бакалавриата и относится к вариативной части программы подготовки и представляет собой вид работы, ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной. Прохождение преддипломной практики и полученные при этом компетенции необходимы для подготовки к итоговой аттестации и непосредственного использования в последующей профессионально-экономической деятельности.

Прохождение производственной практики базируется на знаниях, умениях и навыках, приобретенных студентами при изучении следующих дисциплин: «Управление проектной деятельностью», «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Теория и практика массовой информации», «Правовое регулирование интеллектуальной собственности», «Деловое общение», «Теория и практика связей с общественностью», «Технологии производства рекламного продукта», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Реклама и связи с общественностью в бизнесе», «Интернет технологии в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование», «Имиджелогия», «Рекламный менеджмент», «Брендинг», «Организация работы отделов рекламы и PR», для решения задач профессиональной деятельности.

3. Структура, объем и содержание производственной практики.

	Очная форма	Заочная форма
Сроки прохождения практики	8 семестр	10 семестр
Объем практики в ЗЕ	12	12
Продолжительность в неделях	8	8

	Очная форма	Заочная форма
Продолжительность в академ. час.	432	432
Форма контроля	Зачет	Зачет

3.2 Структура и содержание преддипломной практики

Преддипломная практика студентов проводится на предприятиях производственной и финансово-банковской сфер, в научно-исследовательских учреждениях, государственных организациях и структурах, а также в компаниях и фирмах различных форм собственности. Основным требованием к месту прохождения практики является соответствие его профиля деятельности (всего предприятия, либо одного из его подразделений) направлению и профилю бакалавриата. Институт обеспечивает производственную базу преддипломной практики для студентов очной формы обучения. Обучающиеся заочной форм обучения проходят преддипломную практику по месту работы. Обучающийся имеет право самостоятельно выбирать место прохождения преддипломной практики, согласовав его с выпускающей кафедрой.

Преддипломная практика проводится в соответствии с календарным графиком образовательного процесса, на основе разработанной и утвержденной в соответствующем порядке программы либо по индивидуальной программе для студентов, исполняющих должностные функции на конкретных объектах.

Для решения конкретных вопросов, возникающих в процессе прохождения практики, студент должен активно пользоваться учебной, монографической и периодической литературой, действующим законодательством и другими нормативными документами. Прохождение практики содержит вопросы, которые каждый студент должен изучить и отразить в отчете (обязательная часть программы) и связанные с анализом деятельности соответствующей организации (предприятия), учреждения. Помимо этого вторая часть программы включает вопросы, изучение которых осуществляется студентами по выбору (индивидуальная часть программы зависит от темы выпускной квалификационной работы).

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап:	Организационное собрание для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики. Инструктаж по содержанию и методике проведения практики Разработка индивидуального задания, составление рабочего (или совместного) графика (плана) проведения практики,	Инструктаж по технике безопасности. Дневник производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
		закрепление рабочего места, ознакомление с формой и видом отчетности, требованиями к оформлению и порядком защиты отчета по практике. Трудоемкость – 8 ч.	
2	Основной этап: прохождение практики и выполнение индивидуального задания.	1. Знакомство с объектом практики. Прибытие на место практики. Инструктаж по технике безопасности, охране труда, правилам внутреннего распорядка в организации. 2. Активное участие в производственной деятельности. 3. Сбор показателей деятельности организации (предприятия) учреждения для написания ВКР. 4. Сбор данных для выполнения индивидуального задания. Трудоемкость – 416 ч.	Дневник производственной практики Материалы для приложений к отчету по практике
3	Заключительный этап: сдача отчёта о практике научному руководителю и защита на кафедре.	Структурирование результатов работы. Обобщение выводов. Редактирование, форматирование и оформление отчета. Сдача и защита отчета по практике. Трудоемкость – 8 ч.	Дневник производственной практики Отчет о прохождении практики

3.2 Руководство и контроль за прохождением производственной практики

Руководство производственной практикой обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, осуществляет кафедра Естественных дисциплин, информационных систем и рекламы, обеспечивающая выполнение учебного плана и программы практики, а также высокое качество ее проведения.

Кафедра выделяет в качестве руководителей практики опытных преподавателей. Руководитель практики от института:

- составляет рабочий (совместный рабочий) график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период учебной практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО.
- оказывает помощь студентам по всем вопросам, связанным с прохождением практики;
- проводит собеседование со студентами по итогам практики, знакомится с их отчетами;
- дает на заседании кафедры характеристику студента при прохождении практики и предлагает оценку его работы.

Общее руководство практикой студентов в организации возлагается приказом его руководителя на руководство финансовыми службами или их заместителей.

Руководитель практики от профильной организации:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- составляет совместный рабочий график (план) проведения практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающихся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилам внутреннего трудового распорядка
- совместно с руководителем практики от кафедры организует и контролирует ход практики студента в соответствии с программой и утвержденными календарными планами прохождения практики;
- обеспечивает на месте студентов всеми необходимыми материалами для полноценного прохождения практики;
- проверяет соответствие записей в дневнике действительно выполненной практикантом работе;
- контролирует соблюдение студентами-практикантами правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины, осуществляет учет работы студентов.

Обучающиеся при прохождении практики получают от руководителя указания, рекомендации и разъяснения по всем вопросам, связанным с организацией и прохождением практики, выполняют запланированные мероприятия в рамках учебной практики, отчитываются по выполняемой работе в соответствии с графиком проведения практики.

В период прохождения практики обучающийся должен полностью выполнить задания, предусмотренные календарным планом и программой. Рабочий день практиканта определяется распорядком дня соответствующих отделов. Студент обязан изучить и неукоснительно выполнять действующие на базе практики правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии, а также ему необходимо провести анализ финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) и учреждения и собрать материалы для формирования отчета по практике.

Обучающийся обязан ежедневно вести дневник, в котором должны записываться необходимые цифровые материалы, краткое содержание выполненных

работ.

По окончании практики руководителю практики от института должны быть представлены письменный отчет о выполнении всех заданий, полностью оформленный дневник и характеристика, подписанные непосредственным руководителем практики от профильной организации.

3.3 Формы отчетности по практике

Практика оценивается руководителем на основе отчёта, составляемого студентом.

Текст отчета по практике печатается на персональном компьютере, формат листа А4, шрифтом Times New Roman, кегль 12-14 в редакторе Apache OpenOffice.org Writer через 1,5 межстрочный интервал. Оптимальный объем отчета не более 20-25 страниц (без иллюстрации).

По мере надобности отчет по практике может иллюстрироваться документами, рисунками, картами, схемами, диаграммами, фотографиями и т.п. Все приложения также оформляются в редакторе Apache OpenOffice: электронные таблицы – Apache OpenOffice.org Calc, презентации – Apache OpenOffice.org Impress, рисунки – Apache OpenOffice.org Draw.

Поля документа устанавливаются следующим образом: левое – 20 мм., правое – 10 мм., верхнее – 10 мм. и нижнее – 20 мм. от края листа.

Отчет о прохождении производственной практики оформляется в соответствии с установленными требованиями. В отчете по практике должны быть отражены все виды работ, выполненные в соответствии с заданием производственной практики.

Отчёт о прохождении практики должен включать описание проделанной работы. В качестве приложения к отчёту должны быть представлены разработанные проектные решения, системы социально-экономических показателей, результаты оценки эффективности разработанных проектов и т.д.

Отчетные документы по практике представляются для контроля не позднее пяти дней после окончания практики (включая выходные и праздничные дни) руководителю производственной практики и после защиты сдаются в учебный отдел. Все документы должны быть напечатаны и представлены в отдельной папке с титульным листом.

Отчет по практике состоит из следующих документов:

1. Титульный лист (Приложение 1).
2. Рабочий (или Совместный) график (план) проведения практики (Приложение 2.1-2.2).
3. Индивидуальное задание для обучающегося, выполняемое в период практики (Приложение 3).
4. Направление на практику (Приложение 4), при необходимости.
5. Дневник практики (Приложение 5).
6. Текстовая часть отчета по практике, с указанием степени выполнения заданий указанных в рабочем (совместном) графике (плане) проведения практики и индивидуальном задании для обучающегося, выполняемом в период практики включает в себя:

Введение, в котором указываются цель, задачи, место, дата начала и

продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики.

Основная часть, содержащая математическую (статистическую) обработку результатов, оценку точности и достоверности данных, анализ полученных результатов, обоснование необходимости проведения дополнительных исследований и др.

Заключение, включающее описание навыков и умений, приобретенных в процессе практики, индивидуальные выводы о практической значимости проведенного исследования для написания магистерской диссертации.

Список использованных источников и литературы.

Приложения, которые могут включать иллюстрации в виде фотографий, графиков, рисунков, схем, таблиц, диаграмм, промежуточные расчеты и др.

7. Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики (Приложение 6).
8. Гарантийное письмо (при необходимости).
9. Иные документы, сведения и материалы.

Если имеются акты на внедрение рекомендаций, подписанные студентом и руководством финансовых служб организации (предприятия), учреждения, то они размещаются после характеристики. Акт должен быть заверен печатью организации.

Готовый отчет по практике подписывается студентом-практикантом, руководителем практики от института и руководителем практики от профильной организации. Все документы (титульный лист, характеристика, дневник) должны быть заверены печатями базы практики.

3.4 Подведение итогов производственной практики

Промежуточная аттестация результатов прохождения практики устанавливается учебным планом Института с учетом требований образовательных стандартов имеет целью определить уровень освоения компетенций, а также приобретенных и закрепленных умений и навыков, в процессе прохождения практики. Оценивает результаты прохождения практики обучающимися руководителем практики от Института.

Зачет по практике приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Инструментами оценки успешности прохождения практики обучающимся являются:

- ✓ Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики руководителя практики от профильной организации;
- ✓ Отчет о прохождении практики, в котором обучающийся показывает степень выполнения заданий указанных в рабочем (совместном) графике (плане) проведения практики и индивидуальном задании для обучающегося, выполняемом в период практики, а также освещает теоретические и практические вопросы деятельности организации, основные виды выполняемых работ (поручений) приобретенные компетенции (умения и навыки), свое видение совершенствования менеджмента организации и т.д.

Обучающиеся, не выполнившие программы практик по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

Обучающиеся, получившие по итогам проведения практики оценки «неудовлетворительно» или не выполнившие программы практик без уважительной причины, могут быть отчислены из Института как имеющие академическую задолженность в установленном порядке.

Общие итоги практики подводятся на заседании кафедры.

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

4.1. Этапы формирования компетенций

Схема соответствия типовых контрольных заданий и оцениваемых показателей, характеризующих этапы формирования компетенций приведена в таблице

Код и наименование формируемой компетенция	Код индикатора достижения компетенции (показатели результата обучения)	Номер типового контрольного задания
ПК-1 Способен к разработке контента для использования в рекламных компаниях и компаниях по связям с общественностью	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Индивидуальное задание 1-14
ПК-2 Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями	ПК-2.1 ПК-2.2	Индивидуальное задание 1-14
ПК-3 Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	Индивидуальное задание 1-14
ПК-4 Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	Индивидуальное задание 1-14
ПК-5 Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	Индивидуальное задание 1-14

Выполнение индивидуальных заданий в полном объеме с учетом развернутого изучения вопроса или его аналога обеспечивает формирование всех представленных компетенций в полном объеме.

4.2 Индивидуальное задание

Примерный перечень основных вопросов для анализа рекламной и PR деятельности предприятия в период прохождения учебной практики

1. Общие сведения о компании (организации): - Полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение

2. Организационно-правовая форма компании и её структура управления - Философия, миссия компании и основные черты корпоративной стратегии,

бизнесстратегий и предпринимательской политики в области производства, исследований и разработок, маркетинга, финансов, инноваций, персонала, сбыта и др.

3. Основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, их краткую характеристику

4. Лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации.

5. Организационные структуры рекламы и паблик рилейшнз, распределение функций по службам

6. Планирование и контроль маркетинговой деятельности.

7. Количество и характеристика проведенных маркетинговых исследований, в том числе в области рекламы и паблик рилейшнз (самостоятельно или по заказам).

8. Показатели рекламной и PR-политики: - ATL, BTL и PR-мероприятия (цели и затраты, график мероприятий).

9. Формирование имиджа компании и её товаров (услуг) - Промо-акции и другие используемые методы стимулирования сбыта

10. Доля марочной продукции, узнаваемость марки. - Спонсорство. - Выставки, ярмарки. - Эмблемы, логотипы, фирменный стиль.

11. Расходы на рекламу и связи с общественностью

12. Методы оценки эффективности рекламных мероприятий и результаты контроля

13. Образцы положений о рекламной службе и её функциях положений о деятельности, должностных инструкций сотрудников.

14. Заключение о необходимости регламентации управления в рекламной службе с учетом специфики деятельности компании.

4.3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.3.1 Примерный перечень контрольных вопросов, осваиваемых обучающимся самостоятельно

1. Краткая характеристика специализированных изданий по рекламе и PR.
2. Специализированные базы данных СМИ.
3. Основные составляющие коммуникационной кампании.
4. Написание аналитической записки, прогнозов, плана информационной кампании.
5. Проведение анализа эффективности кампании. Написание аналитических справок, отчетов.
6. Подготовка макетов рекламных модулей, листовок и буклетов для полиграфии.

4.3.2 Типовые задания для оценки умений, владений и опыта деятельности

1. Определите основные характеристики, которые могут быть использованы при формировании корпоративного имиджа предприятия – места прохождения практики. Предложите элементы фирменного стиля.
2. Проведите медиа-анализ имиджа предприятия – места прохождения практики в СМИ, составьте план информационной кампании по коррекции имиджа.
3. Предложите перечень основных мероприятий по работе со СМИ в ходе PR-кампании по продвижению предприятия – места прохождения практики.
4. Разработайте план проведения специального события для увеличения реализации товаров или услуг предприятия – места прохождения практики.
5. свадебного салона.
6. Разработайте макет рекламного плаката для продвижения товаров или услуг предприятия – места прохождения практики.

4.4 Шкала оценки прохождения практики, защиты отчета по практике

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Качество собранного материала			
Собранный материал полностью обеспечивает выполнение задач и заданий практики; актуален; достаточно полон.	Собранный материал частично обеспечивает выполнение задач и заданий практики; не весь актуален; сравнительно полон.	Собранный материал частично обеспечивает выполнение задач и заданий практики; на половину неактуален; сравнительно полон.	Собранный материал не полон; весьма устаревший; не способствует расширению компетенций и выполнению заданий практики
Качество оформления отдельных элементов и в целом отчета по практике			
Таблицы, иллюстрации и в целом отчет оформлены строго в соответствии с требованиями.	В оформлении таблиц, иллюстраций и в целом отчета допущено не более 5 незначительных неточностей.	В оформлении таблиц, иллюстраций и в целом отчета допущено не более 5-8 незначительных неточностей.	В оформлении таблиц, иллюстраций и в целом отчета допущено более 15 незначительных неточностей в оформлении и/или отчет оформлен без соблюдения требований, отчет по практике не рекомендуется к защите
Посещаемость практики			
Обучающийся все дни практики	Обучающийся не посетил 1 день	Обучающийся не посетил 2 дня	Обучающийся не посетил 3 дня

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
посетил	практики	практики	практики и более
Отношение к выполняемой работе			
Обучающийся проявил интерес к работе, исполнительность, аккуратность, дисциплинированность, грамотность, умение работать с современными информационными системами, коммуникабельность, самостоятельность	Обучающийся проявил интерес к работе, исполнительность, аккуратность, дисциплинированность, самостоятельность, коммуникабельность; показал неуверенность умения работать с современными информационными системами	Обучающийся не проявил явного интереса к работе, но был исполнителем, аккуратен, дисциплинирован; показал грамотность, умение работать с современными информационными системами, коммуникабельность, самостоятельность	Обучающийся не проявил интерес к работе, исполнительность; неаккуратен; не показал умение работать с современными информационными системами, зависим в решении задач практики
Защита отчета по практике			
на защите грамотно и глубоко изложил основные положения отчета, собственные выводы по итогам практики и внес предложения по совершенствованию программы прохождения практики; аргументировано ответил на вопросы, заданные руководителем практики и членами комиссии	изложил основные положения отчета в целом грамотно, сформулировал собственные выводы по итогам практики, но при этом обнаружил незначительные пробелы в знаниях об исследуемом предприятии; ответы на вопросы членов комиссии давал уверенно, но недостаточно точно	не смог убедительно и грамотно выступить с отчетом, не показал понимания сути заданий по практике; не давал правильных ответов на большинство поставленных вопросов	отсутствовал на защите отчетов по практике по неуважительной причине; не смог выступить с отчетом, не показал понимания сути заданий по практике; не давал правильных ответов на поставленные вопросы

5. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики

5.1. Основная литература

1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 488 с. — 978-5-394-02089-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60425.html>

2. Шаповалова Н.Г. Основы теории коммуникации: начальный курс [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Н.Г. Шаповалова, Е.В. Старостина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 81 с. — 978-5-4487-0210-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74286.html>

5.2. Дополнительная литература

1. Курганская М.Я. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : курс лекций / М.Я. Курганская. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2013. — 121 с. — 978-5-98079-935-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22455.html>

2. Емельянова Е.А. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Емельянова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2014. — 122 с. — 978-5-4332-0185-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72086.html>

3. Раицкая Л.К. Деловая коммуникация на английском языке [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов бакалавриата / Л.К. Раицкая, Л.В. Коровина, Н.Р. Арупова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 528 с. — 978-5-7567-0764-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56794.html>

4. Брайан Гарнер Эффективные письменные деловые коммуникации [Электронный ресурс] / Гарнер Брайан. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 195 с. — 978-5-91657-940-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39478.html>

5.3 Периодические издания для направления Реклама и связи с общественностью:

1. Реклама. Теория и практика
2. Российская газета

5.4 Базы данных и информационно-справочные системы




1. Scopus – библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях – <https://www.scopus.com/>.
2. Web of Science поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций –




<https://clarivate.ru/products/web-of-science/>.

3. Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/management>. Содержит ссылки на огромное количество книг по управлению предприятием, есть раздел библиотека, форум и многое другое.
4. Все о рекламе, маркетинге и PR. Наука о рекламе <http://www.advertology.ru/>
5. Деловая пресса <http://www.businesspress.ru>. Сайт содержит огромное количество статей, касающихся бизнеса.
6. Издательство «Открытые системы» <http://www.osp.ru/>. Содержит производящее высокопрофессиональные бизнес-издания для специалистов и руководителей из таких отраслей, как информационные технологии, компьютерные системы, телекоммуникации, сети передачи данных и др.
7. Министерство экономического развития Российской Федерации <http://www.economy.gov.ru>.
8. Национальная рекламная ассоциация <http://www.rosnra.ru/>
9. О брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>
10. Один из самых информационно-насыщенных и популярных порталов о рекламе www.sostav.ru
11. Реклама в регионах <http://reklama-region.com/>
12. Сайт о рекламе и маркетинге <http://www.adindex.ru/>
13. Справочно-правовая система Консультант плюс <http://www.consultant.ru/>
14. Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Гарант <http://www.garant.ru/>
15. Счетная палата Российской Федерации <http://audit.gov.ru/>.
16. Теория и практика рекламы, СМИ <http://advtime.ru/>
17. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>.
18. Электронно-библиотечная система <http://www.iprbookshop.ru>
19. Электронно-библиотечная система <http://www.znanium.com>

6. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения

1. OpenOffice (Apache OpenOffice):

Модуль	Название	Статус	Назначение
	Apache OpenOffice.org Writer	Свободно распространяемое программное обеспечение	Текстовый процессор и визуальный редактор HTML
	Apache OpenOffice.org Calc	Свободно распространяемое программное обеспечение	Табличный процессор
	Apache OpenOffice.org Impress	Свободно распространяемое программное обеспечение	Программа подготовки презентаций

Модуль	Название	Статус	Назначение
		обеспечение	
	Apache OpenOffice.org Base	Свободно распространяемое программное обеспечение	Механизм подключения к внешним СУБД и встроенная СУБД HSQLDB
	Apache OpenOffice.org Draw	Свободно распространяемое программное обеспечение	Векторный графический редактор
	Apache OpenOffice.org Math	Свободно распространяемое программное обеспечение	Редактор формул

2. ПО Microsoft Win Pro 7 SP1 64-bit Russian CIS and Georgia lpk DSP OEI DVD LCP (FQC-08297).
3. Программное обеспечение 021-10548 OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc.
4. ПО Microsoft ALNG SA OLP NL Acdmc Stdnt PerUshr.

7. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Материально-техническое оснащение учебного процесса в части обеспечения практики определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ №986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Для проведения практики необходимы: аудитория для проведения текущих консультаций и проведения промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели с количеством посадочных мест не менее количества обучающихся в группе, с рабочим местом преподавателя с мультимедиа и выходом в Интернет; меловой (или маркерной) доской. Видеоматериалы и презентации по содержанию практики.

Для самостоятельной работы:

- компьютерный класс, оснащенный компьютерами и необходимым базовым лицензионным программным обеспечением, с доступом к базам данных, электронную информационную образовательную среду и Интернет;
- библиотеку, имеющую рабочие места для обучающихся (для самостоятельной работы);
- учебные аудитории, оборудованные WI-FI.

Учебные аудитории оснащены и соответствуют санитарно-гигиеническим требованиям и противопожарной безопасности.

В соответствии с требованием Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования при реализации настоящей практики необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры организаций-баз практики. АНО ВО «ИДК» обеспечивает подбор баз практики с учетом требований ФГОС ВО.

8. Особенности организации и проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья предусматриваются соответствующие здоровью порядок, формы прохождения практик в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в АНО ВО «ИДК»

Выбор места прохождения практик для инвалидов и лиц с ОВЗ производится с учетом требований их доступности для данных категориях обучающихся. При определении места производственной практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения производственной практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемыми студентом-инвалидом трудовых функций.

Авторы (составители):

Программа практики разработана
рабочим коллективом кафедры
естественнонаучных дисциплин,
информационных систем и рекламы



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
 Направленность (профиль): **«Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности»**

_____ (Ф.И.О. обучающегося полностью)

Курс: _____. Форма обучения: _____

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

Место прохождения практики: _____

Обучающийся(-аяся)

_____ (дата)

_____ (подпись)

_____ (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от института

_____ (дата)

_____ (подпись)

_____ (Ф.И.О., должность)

Согласовано:

Руководитель практики от
профильной организации

_____ (дата)

_____ (подпись)

_____ (Ф.И.О., должность)

Москва
20 ____



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)*
ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль): **«Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности»**

Вид практики: **производственная практика**

Тип практики: **преддипломная практика**

_____ (Ф.И.О. обучающегося полностью)

Курс: _____. Форма обучения: _____

1. Сроки прохождения практики: с _____ по _____

2. Место прохождения: _____

3. Содержание практики: _____

_____ (указываются основные виды и задачи профессиональной деятельности, в выполнении которых обучающийся приобретает опыт)

№ п/п	Содержание практики (этапы (периоды) практики, виды работ и мероприятия)	Планируемые результаты практики (этапы формируемых компетенций)	Сроки выполнения	Отчетный документ
1.	Подготовительный этап			Дневник практики
2.	Основной этап			Дневник практики
3.	Заключительный этап			Дневник практики. Отчет.

4. Срок сдачи студентом отчета по практике: _____

Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка подтверждаю.

* Составляется при прохождении практики в Институте

Обучающийся(-аяся)

(дата)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Руководитель практики
от института

(дата)

(подпись)

(Ф.И.О., должность)



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

СОВМЕСТНЫЙ РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль): **«Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности»**

Вид практики: **производственная практика**

Тип практики: **преддипломная практика**

_____ (Ф.И.О. обучающегося полностью)

Курс: _____. Форма обучения: _____

1. Сроки прохождения практики: с _____ по _____

2. Место прохождения: _____

3. Содержание практики: _____

(указываются основные виды и задачи профессиональной деятельности, в выполнении которых обучающийся приобретает опыт)

№ п/п	Содержание практики (этапы (периоды) практики, виды работ и мероприятия)	Планируемые результаты практики (этапы формируемых компетенций)	Сроки выполнения	Отчетный документ
1.	Подготовительный этап			Дневник практики
2.	Основной этап			Дневник практики
3.	Заключительный этап			Дневник практики. Отчет.

4. Срок сдачи студентом отчета по практике: _____

Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка подтверждаю.

Обучающийся(-аяся) _____

** Составляется при прохождении практики в профильной организации

	_____	_____	_____
	(дата)	(подпись)	(Ф.И.О.)
Руководитель практики от института	_____	_____	_____
	(дата)	(подпись)	(Ф.И.О., должность)
Руководитель практики от профильной организации	_____	_____	_____
	(дата)	(подпись)	(Ф.И.О., должность)



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРАКТИКИ**

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
 Направленность (профиль): **«Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности»**
 Вид практики: **производственная практика**
 Тип практики: **преддипломная практика**

_____ (Ф.И.О. обучающегося полностью)

Курс: _____. Форма обучения: _____

Содержание индивидуального задания:

Планируемые результаты:

Обучающийся(-аяся)

_____ (дата) _____ (подпись) _____ (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от института

_____ (дата) _____ (подпись) _____ (Ф.И.О., должность)

Согласовано:

Руководитель практики от
профильной организации

_____ (дата) _____ (подпись) _____ (Ф.И.О., должность)



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

(наименование предприятия, организации, учреждения)

Направляется обучающийся (-аяся):

(Ф.И.О. полностью)

Проходящий(-ая) обучение по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности» _____

(курс, форма обучения, программа обучения)

на преддипломную практику в должности: _____

(наименование должности)

Заведующий(-ая) кафедрой _____

к.т.н, доцент Крючков В.А.
(ученая степень, звание, Ф.И.О., подпись)

(Ф.И.О. обучающегося, подпись)

М.П. Прибыл _____

« ____ » _____ 20__ г.

М.П. Убыл _____

« ____ » _____ 20__ г.

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

**обучающегося, проходящего обучение по направлению подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и
связи с общественностью в предпринимательской деятельности»**

№ п/п	Дата (день практики)	Краткое содержание выполненной работы (характер, объем и место выполнения)	Наименование отдела, должность	Подпись руководителя практики от профильной организации и печать
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				

Обучающийся(-аяся)

_____ (дата) _____ (подпись) _____ (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от института

_____ (дата) _____ (подпись) _____ (Ф.И.О., должность)

Согласовано:

Руководитель практики от
профильной организации

_____ (дата) _____ (подпись) _____ (Ф.И.О., должность)

ОТЗЫВ

О РАБОТЕ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Выдан _____ проходившему (ей) преддипломную практику в
(Ф.И.О. обучающегося)

(полное наименование организации, структурного подразделения, должности)

За время прохождения преддипломной практики обучающийся ...

Далее приводится оценка уровня и качества работы практиканта в организации, указывается степень выполнения плана практики и индивидуального задания в последовательности и по форме, определяемой руководителями – предприятия и практики.

При наличии недостатков в теоретической подготовке, в выполнении практических заданий, нарушении правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины необходимо конкретизировать их сущность.

Запланированную программу практики выполнил в _____ объеме. На основании вышеизложенного и по результатам прохождения практики заслуживает оценку – _____.

Руководитель практики от
профильной организации

(дата)

(подпись)

(Ф.И.О., должность)

М.П



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

Кафедра Естественных наук, информационных систем и рекламы

ПАМЯТКА **для обучающихся, проходящих практику**

1. Практика является органической частью учебного процесса и служит целям закрепления и углубления теоретических знаний, приобретения профессиональных навыков и умений работы в органах власти и управления, общественных организациях, а также иных организациях и предприятиях вне зависимости от формы собственности (далее профильная организация или организация).

2. К прохождению практики допускаются обучающиеся, полностью выполнившие учебный план теоретического обучения.

3. Перед началом практики обучающийся обязан получить:

- рабочий (совместный рабочий) график (план) проведения практики;
- индивидуальное задание;
- направление на практику (при необходимости).

Кроме того, обучающийся должен ознакомиться с программой практики, содержанием предстоящих работ, получить необходимые разъяснения по организации, проведению работы и отчетности по практике руководителя практики от института.

4. Во время прохождения практики обучающийся обязан:

- выполнить работы, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;
- выполнять административные и производственные указания руководителей практики, обеспечивать высокое качество выполняемых работ;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и пожарной безопасности.
- проводить необходимые исследования, опыты, наблюдения и сбор материалов для выпускной квалификационной (курсовой работы);
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками организации;
- систематически вести дневник практики.

5. По окончании практики обучающийся формирует отчет по практике.

Отчет по практике состоит из следующих документов:

1. Титульный лист.
2. Рабочий (или Совместный рабочий) график (план) проведения практики.

3. Индивидуальное задание для обучающегося, выполняемое в период практики.
4. Направление на практику (при необходимости).
5. Дневник практики.
6. Текстовая часть отчета по практике, с указанием степени выполнения заданий указанных в рабочем (совместном рабочем) графике (плане) проведения практики и индивидуальном задании для обучающегося, выполняемом в период практики включает в себя:

Введение, в котором указываются цель, задачи, место, дата начала и продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполненных в процессе практики.

Основная часть, содержащая математическую (статистическую) обработку результатов, оценку точности и достоверности данных, анализ полученных результатов, обоснование необходимости проведения дополнительных исследований и др.

Заключение, включающее описание навыков и умений, приобретенных в процессе практики, индивидуальные выводы о практической значимости проведенного исследования для написания магистерской диссертации.

Список использованных источников и литературы.

Приложения, которые могут включать иллюстрации в виде фотографий, графиков, рисунков, схем, таблиц, диаграмм, промежуточные расчеты и др.

7. Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики.
8. Гарантийное письмо (при необходимости).
9. Иные документы, сведения и материалы.

Текст отчета по практике печатается на персональном компьютере, формат листа А4, шрифт Times New Roman, кегль 12-14 в редакторе Apache OpenOffice.org Writer через 1,5 межстрочный интервал.

Оптимальный объем отчета не более 20-25 страниц (без иллюстрации).

По мере надобности отчет по практике может иллюстрироваться документами, рисунками, картами, схемами, диаграммами, фотографиями и т.п.

Все приложения также оформляются в редакторе Apache OpenOffice: электронные таблицы – Apache OpenOffice.org Calc, презентации – Apache OpenOffice.org Impress, рисунки – Apache OpenOffice.org Draw.

Поля документа устанавливаются следующим образом: левое – 20 мм., правое – 10 мм., верхнее – 10 мм., и нижнее – 20 мм. от края листа.

Отчет должен быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами и т.п. – 10 мм., верхнее – 10 мм. и нижнее – 20 мм. от края листа.

6. Итогом прохождения практики является промежуточная аттестация по практике в форме зачета или зачета с оценкой.

По окончании практики обучающийся сдает зачет (защищает отчет) руководителю практики.

Оценка (зачет, зачет с оценкой) по практике приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Инструментами оценки успешности прохождения практики обучающимся являются:

- ✓ Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики руководителя

практики от профильной организации;

- ✓ Отчет о прохождении практики, в котором обучающийся показывает степень выполнения заданий указанных в рабочем (совместном) графике (плане) проведения практики и индивидуальном задании для обучающегося, выполняемом в период практики, а также освещает теоретические и практические вопросы деятельности организации, основные виды выполняемых работ (поручений) приобретенные компетенции (умения и навыки), свое видение совершенствования менеджмента организации и т.д.

Обучающиеся, не выполнившие программы практик по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

Обучающиеся, получившие по итогам проведения практики оценки «незачтено» или «неудовлетворительно» или не выполнившие программы практик без уважительной причины, могут быть отчислены из Института как имеющие академическую задолженность в установленном порядке.

Порядок формирования и заполнения отчета по практике

Титульный лист

На титульном листе указывается информация о виде практики (учебная, производственная, преддипломная), типе практики (в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом), наименовании организации места прохождения практики Ф.И.О. Обучающегося (йся), название направления подготовки, группу, курс, форму обучения, Ф.И.О., должность руководителей практики от Института и организации), сроки практики.

Направление на практику (если надо)

Направление на практику на имя руководителя организации, в которую направляется обучающийся, при необходимости, готовит заведующий кафедрой и визирует его у директора института. Направление на практику оформляется на фирменном бланке Института.

Гарантийное письмо (если надо)

Гарантийное письмо оформляется на бланке организации, подписывается руководителем организации и заверяется печатью.

Индивидуальное задание

Индивидуальное задание готовит руководитель практики от Института. В нем указываются планируемое содержание работы в период практики, рекомендации по сбору материала для выпускной квалификационной (курсовой) работы и т.д.

Дневник практики

Дневник практики заполняется обучающимися и регулярно ведется в течение всей практики. В дневнике практики указываются сведения о выполняемой работе в период практики, краткое содержание выполняемых работ с указанием календарного срока (даты) выполнения.

Отчет о прохождении практики

В отчете освещаются следующие вопросы:

- необходимые сведения о базе практики, мерах, обеспечивающих выполнение задания практики, и принятых на производстве правил техники безопасности;
- своевременное состояние научной проблемы, к которой относится программа практики и индивидуальное задание;

- степень выполнения программы практики;
- основные виды работ практики и выводы по ним;
- краткое сообщение о содержании и выполнении индивидуального задания;
- заключение, включая рекомендации по улучшению работы подразделения, организации и проведению практики и т.д.

Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики

Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики готовит руководитель практики от организации. В отзыве указывается полнота и качество выполнения программы практики, отношение обучающегося к выполнению заданий, полученных в период практики, оценка результатов практики обучающегося, проявленные обучающимся профессиональные и личные качества, выводы о его профессиональной пригодности. В отзыве, также, указывается о наличии недостатков в теоретической подготовке, в выполнении практических заданий, нарушении правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины. Отзыв оформляется на бланке организации, подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью.

Руководитель практики
от института

(подпись)

(Ф.И.О., должность)

Заведующий кафедрой

(подпись)

к.т.н, доцент Крючков В.А.

(ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.)