

- 1 Приложение №4 к ОПОП высшего образования (программа бакалавриата) направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) программы: «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(АНО ВО МГЭУ)**

ОДОБРЕНО

Советом Нижегородского института
(филиала) АНО ВО МГЭУ

«13» января 2017 г. Протокол № 6



СОГЛАСОВАНО

Студенческий совет Нижегородского
института (филиала) АНО ВО МГЭУ

«13» января 2017 г. Протокол № 4

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
ВИД ПРАКТИКИ: ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ**

**По основной профессиональной образовательной программе – программе бакалавриата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Уровень бакалавриата

**Направленность (профиль) программы «Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере»**

Вид учебной деятельности – академический бакалавриат

Виды профессиональной деятельности: организационно-управленческая; проектная, коммуникационная; рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая; информационно-технологическая.

Форма обучения: очная, заочная.

Вид практики: производственная.

Тип практики: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения практики: стационарно.

Формы проведения практики: непрерывно; дискретно.

Для обучающихся набора: 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 г.

На 2017-2018 учебный год.

Нижний Новгород, 2017

Программа производственной практики (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) по направлению подготовки 42.03.01 «**Реклама и связи с общественностью**». – М.: АНО ВО МГЭУ, 2017 г. – 55 с.

*в том числе для обучающихся по индивидуальному учебному плану. Объем практики в з.е. и ее продолжительность в неделях установлены конкретными индивидуальными учебными планами.

**данная программа может быть использована для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (в зависимости от вида нозологии).

© Московский гуманитарно-
экономический университет,
2017

** Примечания:*

1. Для обучающихся ускоренно по индивидуальному плану:

При разработке рабочей программы производственной практики в соответствии с требованиями частей 6-8 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Порядком разработки и утверждения образовательных программ в АНО ВО МГЭУ и его институтах (филиалах), утвержденным ректором МГЭУ 28.10.2016; Порядков организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и программам специалитета в АНО ВО МГЭУ и его институтах (филиалах), утвержденных ректором МГЭУ 28.10.2016, - объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах устанавливается образовательной организацией в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимся, который имеет среднее профессиональное или высшее образование, и (или) обучается по образовательной программе высшего образования, и (или) имеет способности и (или) уровень развития, позволяющие освоить образовательную программу в более короткий срок по сравнению со сроком получения высшего образования по образовательной программе, установленным Университетом (институтом) в соответствии с ФГОС ВО (ускоренное обучение такого обучающегося по индивидуальному учебному плану в порядке, установленном локальным нормативным актом образовательной организации: «Положение об обучении по индивидуальному плану по образовательным программам высшего образования в АНО ВО МГЭУ и его институтах (филиалах), одобренного на заседании Ученого совета от 27.10.2016 (протокол заседания № 12), Студенческого совета МГЭУ от 26.10.2016 (протокол заседания № 10), утвержденного приказом ректора от 28.10.2016 № 94/4); «Положение об ускоренном обучении по образовательным программам высшего образования в АНО ВО МГЭУ и его институтах (филиалах), одобренного на заседании Ученого совета от 27.10.2016 (протокол заседания № 12), Студенческого совета МГЭУ от 26.10.2016 (протокол заседания № 10), утвержденного приказом ректора от 28.10.2016 № 94/4).

2. Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья:

При разработке адаптированной образовательной программы в части программы производственной практики, а для инвалидов - индивидуальной программы реабилитации инвалида в части программы производственной практики в соответствии с требованиями статьи 79 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; федеральными и локальными нормативными актами, Уставом Университета образовательная организация устанавливает конкретное содержание образования и условия организации обучения и воспитания обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

3. Возможностью внесения изменений и дополнений в разработанную Университетом образовательную программу в течение 2017/2018 учебного года:

При реализации образовательной организацией основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата) (направленность (профиль) программы - Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере; вид учебной деятельности - академический бакалавриат; вид профессиональной деятельности - организационно-управленческая; проектная, коммуникационная; рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая; информационно-технологическая; формы обучения - очная, заочная) в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в сфере образования, Уставом Университета, локальными нормативными актами образовательной организации при согласовании со всеми участниками образовательного процесса имеет право внести изменения и дополнения в разработанную ранее программу производственной практики в течение 2017/2018 учебного года.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения..... **Ошибка! Закладка не определена.**
2. Вид практики, способ и формы проведения производственной практики
Ошибка! Закладка не определена.
3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4. Место практики в структуре образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**
5. Объем производственной практики в зачетных единицах и ее продолжительность в академических часах **Ошибка! Закладка не определена.**
6. Содержание производственной практики **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Формы отчетности по производственной практике **Ошибка! Закладка не определена.**
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по производственной практике **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а также шкал оценивания **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
Ошибка! Закладка не определена.
 - 8.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций **Ошибка! Закладка не определена.**
9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети интернет, необходимых для проведения производственной практики **Ошибка! Закладка не определена.**
10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики..... **Ошибка! Закладка не определена.**
11. Материально-техническая база, необходимая для проведения производственной практики..... **Ошибка! Закладка не определена.**
12. Приложения **Ошибка! Закладка не определена.**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа производственной практики (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) разработана в соответствии с Законом РФ от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования», Федеральным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденном приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. №: 997, Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в МГЭУ и его филиалах, вступившим в силу с 1 января 2016 г., определяющим виды, порядок организации и материальное обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования, Уставом МГЭУ.

Производственная практика обучающихся (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), осваивающих образовательные программы высшего образования (далее – обучающиеся), является обязательной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее – ОПОП).

2. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Производственная практика обучающихся (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) – вид производственной работы, направленный на развитие практических навыков и умений, а также формирование компетенций обучающихся в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Способ проведения практики. Все практики в МГЭУ являются стационарными. Стационарные практики проводятся на базе МГЭУ или на местах практик, предоставленных организациями в соответствии с договорами об организации практик, расположенных на территории города и области, где расположен университет или его филиалы.

Формы проведения производственной практики. Производственная практика проводится в следующих формах:

а) непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных основными профессиональными образовательными программами высшего образования;

б) дискретно:

по видам практик: путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики;

по периодам проведения практик: путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Возможно сочетание дискретного проведения практики по их видам и по периодам их проведения.

Производственная практика (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности (профилю) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», как правило проводится в пресс-центрах, службах

рекламы, агентствах, отделах по связям с общественностью организаций, предприятий, учреждений. В этом случае производственная практика (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) осуществляется на основании договора (Приложение 1), в соответствии с которым организации обязаны предоставить места для прохождения производственной практики (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) обучающимися МГЭУ. В договоре, заключенном между МГЭУ и организацией, оговариваются все вопросы, касающиеся проведения производственной практики (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

При наличии вакантных должностей в организации, обучающиеся могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы производственной практики (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Как исключение, обучающиеся с разрешения деканата могут сами определять место прохождения производственной практики (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), заручившись письменным соглашением руководителя организации.

Обучающимся, имеющим стаж практической работы по профилю подготовки, по решению деканата и кафедры на основе промежуточной аттестации может быть зачтена производственная практика (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Производственная практика (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

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

Процесс прохождения **производственной практики** (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), направлен на формирование у обучающихся направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» **следующих профессиональных (ПК) компетенций:**

— способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

— способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

— способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

Таблица 1

| Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|--|--|
| ПК-1: способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по | Знает особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования |

| | |
|---|---|
| <p>связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> | <p>деятельности по связям с общественностью, основы имиджирования, стратегии продвижения продукции.</p> |
| | <p>Умеет проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках, проводить оценку эффективности процессов продвижения.</p> |
| | <p>Владеет навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> |
| <p>ПК-12: способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ, знает должностные инструкции в области рекламы;</p> |
| | <p>Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе, применять функции при реализации деятельности;</p> |
| | <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций при решении задач рекламы в работе с заказчиками (рекламодателями).</p> |
| <p>ПК-14: способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> |
| | <p>Умеет: частично и под контролем применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.</p> |
| | <p>Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности</p> |

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная практика (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), является обязательной составной частью учебного процесса, предусмотренной ОПОП, учебными планами и программами.

Производственная практика непосредственно ориентирована на профессионально-практическую подготовку обучающихся для приобретения ими специфических профессиональных навыков, практического опыта. Эффективное овладение профессией в сфере PR возможно только в результате углубленного изучения комплекса теоретических учебных дисциплин в сочетании с производственной практикой.

В структуре ОПОП практики (как учебная – по получению первичных профессиональных умений и навыков, так и производственная, включая преддипломную – по

получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) находятся в Блоке 2 «Практики», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

5. ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Общая продолжительность производственной практики (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) для обучающихся как по очной, так и по заочной форме обучения, составляет 6 недель (6-й семестр, 324 часа, 9 з.е.). По результатам производственной практики для направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» предусмотрен **зачет с оценкой**.

6. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачи производственной практики:

- овладение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- приобретение способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- приобретение опыта работы с клиентами, ведения деловых переговоров и подготовки рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведения специальных мероприятий (пресс-конференций, брифингов, презентаций и т. д.);
- участие в планировании работы отдела (службы) по связям с общественностью,
- разработка имиджевых документов, участие в брендинге (управлении торговой маркой), продвижении товаров и услуг, подготовке и рассылке пресс-релизов;
- овладение способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, имиджевые кампании и мероприятия;
- овладение способностью осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- формирование навыков создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы;
- формирование навыков бренд-менеджмента и медиапланирования;
- формирование базовых навыков оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- овладение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:

- закрепить и углубить полученные во время обучения на кафедре теоретические знания;
- приобрести практические навыки и умения по избранному направлению подготовки, видам профессиональной деятельности;
- ознакомиться со структурой организации (пресс-центра, службы по связям с общественностью, отдела рекламы и т. д.);
- освоить функциональные обязанности должностных лиц (сотрудников).

Производственная практика обучающихся, начинается с установочной конференции или методического занятия, которые проводятся в соответствии с приказом ректора и решают следующие задачи:

- довести требования приказа до всех обучающихся-практикантов;
- уточнить распределение обучающихся по группам и представить им руководителей;
- информировать обучающихся о целях и задачах производственной практики, особенностях ее проведения и предъявляемых требованиях к отчетности по итогам производственной практики;
- распределить время групповых и индивидуальных консультативных мероприятий в ходе производственной практики;
- прослушать при необходимости обзорные лекции и консультации по тематике производственной практики.

По итогам производственной практики обучающийся представляет руководителю практики:

- индивидуальное задание обучающемуся на производственную практику (выданное кафедрой перед началом практики);
- рабочий график (план) проведения производственной практики (выданный кафедрой перед началом практики);
- совместный рабочий график (план) проведения производственной практики (выданный кафедрой перед началом практики);
- дневник прохождения практики с указанием времени, места, последовательности решаемых на производственной практике задач;
- развернутый отчет, в котором следует указать: кто был руководителем производственной практики, какие материалы подготовлены самостоятельно, какие трудности встречались в работе, что дала практика; краткий анализ положительных и отрицательных сторон прохождения практики, практического использования методик работы;
- отзыв с места производственной практики, в котором должны быть отражены профессиональные и личностные качества, проявленные обучающимся, отношение к прохождению производственной практики и поручаемой работе, рекомендации по дальнейшей профессиональной подготовке обучающегося, общая оценка (отзыв заверяется руководителем практики).

Задачи структурных подразделений и должностных лиц по организации и проведению производственной практики

Ответственность за организацию, а также общее руководство и контроль за проведением производственной практики, возлагается на деканат. Учебно-методическое обеспечение производственной практики, осуществляется кафедрой журналистики и связей с общественностью.

Деканат гуманитарного факультета:

- организует процесс производственной практики на факультете и осуществляет контроль за ее проведением;
- обеспечивает своевременную разработку, переиздание и согласование программы производственной практики;
- организует совместно с кафедрой подбор организаций в качестве баз практик, участвует в распределении обучающихся по местам практик, готовит проекты договоров с организациями;
- совместно с кафедрой проводит организационные собрания обучающихся перед началом производственной практики;
- организует и принимает участие в защите отчетов обучающихся по итогам производственной практики;
- обеспечивает отчеты кафедры по производственной практике, для отражения их результатов в годовом отчете факультета;

– ведет делопроизводство по производственной практике, организует хранение отчетной документации по практикам.

Кафедра журналистики и связей с общественностью:

- проводит практики и осуществляет учебно-методическое обеспечение практиками;
- разрабатывает программу производственной практики и представляет ее в деканат;
- из числа наиболее опытных преподавателей назначает руководителей практик и обеспечивают выполнение ими всех мероприятий по реализации целей и задач практик;
- обеспечивает руководителей производственной практики от организаций учебно-методической документацией;
- перед началом производственной практики, заведующий кафедрой инструктирует руководителей практик и оказывает им необходимую методическую и иную помощь;
- распределяет обучающихся по местам производственной практики, обеспечивает их учебно-методической и сопроводительной документацией (программа практики) и выдает им индивидуальные задания, рабочий график проведения практики;
- проводит совместно с деканатом организационные собрания обучающихся перед началом производственной практики;
- заслушивает отчеты руководителей производственной практики, о выполненной работе, разрабатывает мероприятия по улучшению и совершенствованию проведения производственной практики и принимает соответствующие меры по их реализации;
- организует совместно с деканатом хранение отчетной документации по практикам;
- представляет в деканат отчетную документацию по практикам и свои предложения по ее совершенствованию.

Руководители практик от университета:

- обеспечивают проведение всех организационных мероприятий перед началом производственной практики (инструктаж о порядке прохождения практик, по технике безопасности и т. д.);
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий, принимают участие в распределении обучающихся по рабочим местам или перемещении их по видам работ;
- несут ответственность совместно с руководителем производственной практики от организации, за соблюдение обучающимися графика работы и правил техники безопасности;
- осуществляют контроль за соблюдением сроков производственной практики, и ее содержанием;
- оказывают методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий; изучают отчеты обучающихся по практикам; представляют заведующему кафедрой информацию о проведении производственной практики, с замечаниями и предложениями по совершенствованию практической подготовки обучающихся;
- оценивают результаты выполнения обучающимися программы производственной практики.

Руководители практики от организации:

- совместно с вузовским руководителем организуют и контролируют прохождение производственной практики обучающихся в соответствии с программой практики;
- организуют обучение методике сбора и обработки фактического материала для подготовки публикации, имиджевых, рекламных и иных пресс-релизов;
- контролируют соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщают руководителю производственной практики, от университета обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка;
- знакомят обучающихся со структурой, содержанием, формами и методами работы организации, спецификой работы соответствующих подразделений (отделов, служб, пресс-центров и т.п.), должностными обязанностями сотрудников;
- формируют представление об основных технологических этапах подготовки, разработки программы и проведения PR-кампании;

- прививают навыки работы с документами и письмами, первичные навыки сбора и обработки фактического материала, подготовки публикаций, выступлений, пресс-релизов и т.д.;

- оказывают помощь в приобретении практических навыков, освоении форм и методов работы отдела (службы) по связям с общественностью;

- прививают навыки работы с клиентами организаций (учреждений, фирм), ведения деловых переговоров, организации и проведения специальных мероприятий (пресс-конференций, презентаций, брифингов и др.);

- контролируют выполнение календарного плана, правильность ведения дневников, подготовку отчетов обучающимися-практикантами по итогам практики; составляют на них характеристики или отзывы, содержащие данные о выполнении программы производственной практики, и индивидуальных заданий;

- по окончании работы направляют на имя ректора МГЭУ отзыв о прохождении производственной практики, обучающимися факультета.

**Обязанности обучающихся при прохождении производственной практики:
до начала производственной практики:**

- принять участие в организационных мероприятиях на факультете по вопросам прохождения практики, ведения и заполнения предусмотренной для каждого вида практик документации;

- изучить методические и инструктивные материалы по практикам, выдаваемые деканатом и кафедрой;

- при содействии деканата определить место прохождения производственной практики, в соответствии с профилем будущей работы;

во время прохождения производственной практики:

- максимально использовать отведенное для производственной практики, время, полно и с высоким качеством выполнять все задания, предусмотренные программой и индивидуальным заданием;

- выполнять правила внутреннего распорядка и график работы организации, в которой проходит производственная практика;

- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;

- выполнять обязанности по конкретной должности в соответствии с утвержденным планом и должностной инструкцией;

- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками;

- информировать деканат и руководителя производственной практики, от кафедры о ходе прохождения практик, возникающих трудностях и т. д.;

- перед окончанием производственной практики, получить по месту прохождения практик отзыв о проделанной работе, подписанный руководителем практики от организации и заверенный печатью, для представления в деканат;

после окончания производственной практики:

- представить в деканат отчетные документы по практике (см. п. 7).

7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Формой отчетности по производственной практике является зачет с оценкой. К отчетным документам относятся:

- индивидуальное задание обучающемуся на производственную практику (выданное кафедрой перед началом практики) – Приложение 2;

- рабочий график (план) проведения производственной практики (выданный кафедрой перед началом практики) – Приложение 3;

- совместный рабочий график (план) проведения производственной практики (выданный кафедрой перед началом практики) – Приложение 4;
- дневник прохождения практики с указанием времени, места, последовательности решаемых на производственной практике задач – Приложение 5;
- развернутый отчет, в котором следует указать: кто был руководителем практики, какие материалы подготовлены самостоятельно, какие трудности встречались в работе, что дала практика; краткий анализ положительных и отрицательных сторон прохождения практики, практического использования методик работы – Приложение 6;
- отзыв с места производственной практики, в котором должны быть отражены профессиональные и личностные качества, проявленные обучающимся, отношение к прохождению практики и поручаемой работе, рекомендации по дальнейшей профессиональной подготовке обучающегося, общая оценка (отзыв заверяется руководителем практики) – Приложение 7.

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

Обучающиеся, не выполнившие программу производственной практики по уважительной причине, направляются на практику повторно в свободное от учебы время.

Обучающиеся, не выполнившие программу производственной практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из МГЭУ как имеющие академическую задолженность в порядке, установленном Уставом МГЭУ.

Итоги прохождения производственной практики принимаются назначенным руководителем практики от университета.

При проведении итогов производственной практики принимается во внимание качество выполнения программы практики и индивидуального задания, инициативность и творчество обучающегося в процессе прохождения практики. Защита отчетов по практикам должна быть завершена в течение двух месяцев следующего за практикой семестра.

Результаты защиты отчетов по производственной практике оформляются ведомостью и выставляются в зачетную книжку обучающегося.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

8.1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс прохождения **производственной практики** (тип: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), направлен на формирование у обучающихся направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», направленности (профиля) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» **следующих профессиональных (ПК) компетенций:**

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

Компетенции обучающихся формируются в рамках следующих этапов:

пороговый этап – формирования компетенции предполагает приобретение обучающимися предметных знаний и умений, необходимых для выполнения конкретных профессиональных действий и задач;

продвинутый этап – формирует способность и готовность применять предметные знания и умения в практическом плане, использовать имеющиеся знания и умения для решения стандартных профессиональных задач и практических заданий;

высокий этап – позволяет актуализировать компетенцию в новых и нестандартных ситуациях, оценивать эффективность и качество имеющихся знаний, умений и навыков и выбирать наиболее эффективные, формирует мотивацию к саморазвитию и самообразованию.

Таблица 2

| Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы | Этапы формирования компетенций в ходе практики | Перечень планируемых результатов обучения |
|--|---|--|
| <p>ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> | <p>ЭТАП 1. <i>Пороговый</i></p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</p> |
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации</p> |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом</p> |
| | <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью</p> |
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках</p> |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок</p> |
| <p>ЭТАП 3. <i>Высокий</i></p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью, основы имиджирования, стратегии продвижения продукции</p> | |

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках, проводить оценку эффективности процессов продвижения.</p> |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> |
| <p>ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> | <p>ЭТАП 1. <i>Пороговый</i></p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR</p> |
| | | <p>Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе</p> |
| | | <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p> |
| | <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ</p> |
| | | <p>Умеет: применять функции при реализации деятельности</p> |
| | | <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций</p> |
| <p>ЭТАП 3. <i>Высокий</i></p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ, знает должностные инструкции в области рекламы</p> | |
| | <p>Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе, применять функции при реализации деятельности</p> | |

| | | |
|--|--------------------------------------|---|
| | | Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций при решении задач рекламы в работе с заказчиками (рекламодателями) |
| ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | ЭТАП 1. <i>Пороговый</i> | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности |
| | | Умеет: частично и под контролем применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности |
| | ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i> | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности |
| | | Умеет: применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности |
| | ЭТАП 3. <i>Высокий</i> | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности |
| | | Умеет: самостоятельно применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности |

В результате прохождения производственной практики **обучающийся должен:**

- закрепить и углубить полученные во время обучения на кафедре теоретические знания;
- приобрести практические навыки и умения по избранному направлению подготовки, видам профессиональной деятельности;
- ознакомиться со структурой организации (пресс-центра, службы по связям с общественностью, отдела рекламы и т. д.);
- освоить функциональные обязанности должностных лиц (сотрудников).

8.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, А ТАКЖЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Таблица 3

| Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы | Этапы формирования компетенций в ходе практики | Перечень планируемых результатов обучения | Показатели оценивания компетенций | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|---|--|---|---|---|--|
| <p>ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы,</p> | <p>ЭТАП 1. <i>Пороговый</i></p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> | <p>Обучаемый продемонстрировал: неправильные ответы на основные вопросы; ошибки в ответах при собеседовании; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. Учебные действия и умения сформированы в неполном объеме, и недостаточной самостоятельностью со стороны обучающегося. Содержание отчета и дневника практики излагает поверхностно, при аргументации не дает должного обоснования; индивидуальное задание выполнено не в полном объеме; имеются значительные неточности в оформлении отчетной документации. Структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой. Обучающийся</p> | <p>Удовлетворительно / зачтено/пороговый (допустимый) уровень освоения компетенция</p> |
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации</p> | | | |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом</p> | | | |

| | | | | | |
|--|---------------------------------------|---|---|---|--|
| <p>продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> | | | | <p>выполнил отдельные задания (не более двух), допустив ошибки, неверно интерпретировал полученные результаты отдельных заданий. Небрежно подготовлен отчет о практике, испытывал затруднения при ответах на вопросы собеседования. Выполнено не менее 50% заданий, определенных программой практики.</p> | |
| | <p>ЭТАП 2. Продвинутый</p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью.</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> | <p>Обучаемый в ходе собеседования продемонстрировал: полное знание программного материала, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей. Учебные действия и умения сформированы в полном объеме, характеризуются осознанностью, но не отличаются обобщенностью и инициативностью; владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы по отчету по учебной практике допускает незначительные ошибки и неточности. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа</p> | <p>Хорошо / зачтено/достаточный (базовый) уровень освоения компетенции</p> |
| <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках.</p> | | | | | |
| <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль</p> | | | | | |

| | | | | | |
|--|----------------------------|---|--|--|--|
| | | за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок | | полученных результатов. В процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы. Выполнено 50-75% заданий. | |
| | ЭТАП 3. Высокий | Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью, основы имиджирования, стратегии продвижения продукции. | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. | Отчетные документы по практике выполнены без ошибок. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Все положения отчета сформулированы правильно. В результате анализа выполненных заданий, сделаны правильные выводы. Отчет выполнен аккуратно. В процессе защиты отчета последовательно, четко и логически обучающийся стройно изложил его основные положения и грамотно ответил на вопросы собеседования. Обучаемый продемонстрировал: глубокие исчерпывающие знания и понимание программного материала; содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая | Отлично / зачтено/повышенный уровень освоения компетенции |
| | | Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках, проводить оценку | | | |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| | | <p>эффективности процессов продвижения.</p> <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> | | <p>дополнительные, четко и логически стройно излагает свою позицию, умеет тесно увязывать теорию с практикой и выполненными задачами профессиональной деятельности. Выполнено 76-100% заданий, определенных программой практики.</p> | |
| <p>ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в</p> | <p>ЭТАП 1. <i>Пороговый</i></p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики;</p> | <p>Обучаемый продемонстрировал: неправильные ответы на основные вопросы; ошибки в ответах при собеседовании; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. Учебные действия и умения</p> | <p>Удовлетворительно / зачтено/пороговый (допустимый) уровень освоения компетенция</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| <p>общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> | | <p>Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе</p> <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p> | <p>Проверка отчетной документации.</p> | <p>сформированы в неполном объеме, и недостаточной самостоятельностью со стороны обучающегося. Содержание отчета и дневника практики излагает поверхностно, при аргументации не дает должного обоснования; индивидуальное задание выполнено не в полном объеме; имеются значительные неточности в оформлении отчетной документации. Структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой. Обучающийся выполнил отдельные задания (не более двух), допустив ошибки, неверно интерпретировал полученные результаты отдельных заданий. Небрежно подготовлен отчет о практике, испытывал затруднения при ответах на вопросы собеседования. Выполнено не менее 50% заданий, определенных программой практики.</p> | |
| | <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики;</p> | <p>Обучаемый в ходе собеседования продемонстрировал: полное знание программного материала, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей. Учебные действия</p> | <p>Хорошо / зачтено/достаточный (базовый) уровень освоения компетенции</p> |

| | | | | | |
|--|----------------------------|---|--|--|--|
| | | различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ | Проверка отчетной документации. | и умения сформированы в полном объеме, характеризуются осознанностью, но не отличаются обобщенностью и инициативностью; владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы по отчету по учебной практике допускает незначительные ошибки и неточности. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов. В процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы. Выполнено 50-75% заданий. | |
| | ЭТАП 3. Высокий | Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. | Отчетные документы по практике выполнены без ошибок. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Все положения отчета сформулированы правильно. В результате анализа выполненных заданий, сделаны правильные выводы. Отчет выполнен аккуратно. В процессе защиты отчета последовательно, четко и | Отлично / зачтено/повышенный уровень освоения компетенции |

| | | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|---|
| | | структурах, СМИ, знает должностные инструкции в области рекламы | | логически обучающийся стройно изложил его основные положения и грамотно ответил на вопросы собеседования. Обучаемый продемонстрировал: глубокие исчерпывающие знания и понимание программного материала; содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая дополнительные, четко и логически стройно излагает свою позицию, умеет тесно увязывать теорию с практикой и выполненными задачами профессиональной деятельности. Выполнено 76-100% заданий, определенных программой практики. | |
| ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | ЭТАП 1. Пороговый | Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе, применять функции при реализации деятельности | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; | Обучаемый продемонстрировал: неправильные ответы на основные вопросы; ошибки в ответах при собеседовании; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. Учебные действия и умения | Удовлетворительно / зачтено/пороговый (допустимый) уровень освоения компетенция |
| | | Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций при решении задач рекламы в работе с заказчиками (рекламоделателями) | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | | <p>знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> <p>Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>Проверка отчетной документации.</p> | <p>сформированы в неполном объеме, и недостаточной самостоятельностью со стороны обучающегося. Содержание отчета и дневника практики излагает поверхностно, при аргументации не дает должного обоснования; индивидуальное задание выполнено не в полном объеме; имеются значительные неточности в оформлении отчетной документации. Структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой. Обучающийся выполнил отдельные задания (не более двух), допустив ошибки, неверно интерпретировал полученные результаты отдельных заданий. Небрежно подготовлен отчет о практике, испытывал затруднения при ответах на вопросы собеседования. Выполнено не менее 50% заданий, определенных программой практики.</p> | |
| | <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | <p>Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам</p> | <p>Обучаемый в ходе собеседования продемонстрировал: полное знание программного материала, грамотно и по существу излагает</p> | <p>Хорошо / зачтено/достаточный (базовый) уровень освоения компетенции</p> |

| | | | | | |
|--|-----------------------------------|---|---|---|--|
| | | <p>Умеет: применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> | <p>его, не допуская существенных неточностей. Учебные действия и умения сформированы в полном объеме, характеризуются осознанностью, но не отличаются обобщенностью и инициативностью; владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы по отчету по учебной практике допускает незначительные ошибки и неточности. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов. В процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы. Выполнено 50-75% заданий.</p> | |
| | <p>ЭТАП 3. Высокий</p> | <p>Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной</p> | <p>Отчетные документы по практике выполнены без ошибок. Структура отчета соответствует рекомендуемой. Все положения отчета сформулированы правильно. В результате анализа выполненных заданий, сделаны правильные выводы. Отчет выполнен</p> | <p>Отлично / зачтено/повышенный уровень освоения компетенции</p> |
| | | <p>Умеет: самостоятельно применять знания в области рекламы как сферы</p> | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|---------------|--|--|
| | | профессиональной деятельности Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | документации. | аккуратно. В процессе защиты отчета последовательно, четко и логически обучающийся стройно изложил его основные положения и грамотно ответил на вопросы собеседования. Обучаемый продемонстрировал: глубокие исчерпывающие знания и понимание программного материала; содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая дополнительные, четко и логически стройно излагает свою позицию, умеет тесно увязывать теорию с практикой и выполненными задачами профессиональной деятельности. Выполнено 76-100% заданий, определенных программой практики. | |
|--|--|--|---------------|--|--|

При осуществлении преподавателем промежуточной аттестации обучающихся по практике в форме зачета с оценкой используется четырехбалльная шкала оценки.

Таблица 4

Шкала оценивания компетенций в ходе осуществления преподавателем промежуточной аттестации обучающихся по практике

| Показатели сформированности компетенций | Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|---|----------------------------------|---|
| НЕДОСТАТОЧНЫЙ | Неудовлетворительно / не зачтено | Обучаемый продемонстрировал: неправильные ответы на основные вопросы; грубые ошибки в ответах; непонимание сущности |

| | | |
|------------------------|-----------------------------|---|
| (НЕДОПУСТИМЫЙ) | | излагаемых вопросов; неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; не выполнил индивидуальное задание на практику, не подготовил необходимую отчетную документацию по практике; проявил безответственность в ходе решения задач по практике. Учебные действия и умения не сформированы. |
| ПОРОГОВЫЙ (ДОПУСТИМЫЙ) | Удовлетворительно / зачтено | Обучаемый продемонстрировал: твердые знания и понимание основного программного материала; правильные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах преподавателя. Учебные действия и умения сформированы в неполном объеме, и недостаточной самостоятельностью со стороны обучающегося. Содержание отчета и дневника практики излагает поверхностно, при аргументации не дает должного обоснования; индивидуальное задание выполнено не в полном объеме; имеются значительные неточности в оформлении отчетной документации. |
| БАЗОВЫЙ (ДОСТАТОЧНЫЙ) | Хорошо / зачтено | Обучаемый продемонстрировал: полное знание программного материала, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей. Учебные действия и умения сформированы в полном объеме, характеризуются осознанностью, но не отличаются обобщенностью и инициативностью; владеет основными умениями и навыками, но при ответе на вопросы по отчету по практике допускает незначительные ошибки и неточности. |
| ПОВЫШЕННЫЙ | Отлично / зачтено | Обучаемый продемонстрировал: глубокие исчерпывающие знания и понимание программного материала; содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая дополнительные, четко и логически стройно излагает свою позицию, умеет тесно увязывать теорию с практикой и выполненными задачами профессиональной деятельности. Практические навыки и умения сформированы в полном объеме, и характеризуются высоким уровнем осознанности, освоенности, |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>обобщенности, самостоятельности и инициативности со стороны обучающегося; не затрудняется с ответом на дополнительные вопросы; дает четкое обоснование принятых решений, умеет самостоятельно последовательно, логично, аргументированно излагать, анализировать, обобщать материал, не допуская ошибок. Отчетные документы по практике выполнены без ошибок.</p> |
|--|--|--|

8.3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Таблица 5

| Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы | Этапы формирования компетенций в ходе практики | Перечень планируемых результатов обучения | Контрольные задания |
|---|--|---|--|
| <p>ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> | <p>ЭТАП 1. Пороговый</p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</p> | <p>1. Познакомиться со структурой работы рекламной или PR-службы, либо рекламного или PR-агентства. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации</p> | <p>1. Получить опыт взаимодействия с должностными лицами и клиентами. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом</p> | <p>1. Принять участие в планировании работы отдела (службы) по связям с общественностью. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |

| | | | |
|--|--------------------------------|---|--|
| | ЭТАП 2. Продвинутый | Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить положение о работе отдела (агентства), проанализировать собственные задачи и функции. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Познакомиться с принципами продвижения и имиджирования, принятыми в организации. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок | <ol style="list-style-type: none"> 1. Принять участие в разработке имиджевых документов, участие в брендинге (управлении торговой маркой), продвижении товаров и услуг, подготовке и рассылке пресс-релизов. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | ЭТАП 3. Высокий | Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью, основы имиджирования, стратегии продвижения продукции. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить принципы планирования деятельности по связям с общественностью, основы имиджирования. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках, проводить оценку эффективности процессов | <ol style="list-style-type: none"> 1. Владеть анализом эффективности процессов продвижения. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |

| | | | |
|--|---|---|--|
| | | продвижения. | |
| <p>ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> | <p>ЭТАП 1. Пороговый</p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться с должностными инструкциями и этическим кодексом отдела. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Овладеть способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, имиджевые кампании и мероприятия. 2. Овладеть способностью осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью. 3. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | <p>Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Поучаствовать в создании рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведения специальных мероприятий. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Создать медиаплан и поучаствовать в менеджменте какого-либо бренда. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться с должностными инструкциями и этическим кодексом отдела. 2. Провести наблюдение за процессами анализа, редактирования медиатекстов. 3. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | <p>Умеет: применять функции при реализации деятельности</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Поучаствовать в создании рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведения специальных мероприятий. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Поработать с заказчиками: составить бриф, план-программу работы, осуществить ведение клиентской базы. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | <p>ЭТАП 3. <i>Высокий</i></p> | <p>Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных,</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться с должностными инструкциями и этическим кодексом отдела. 2. Провести наблюдение за |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>финансовых, общественных структурах, СМИ, знает должностные инструкции в области рекламы</p> | <p>процессами анализа, редактирования медиатекстов. 3. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |
| | | <p>Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе, применять функции при реализации деятельности</p> | <p>1. Поучаствовать в создании рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации и проведения специальных мероприятий. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |
| | | <p>Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций при решении задач рекламы в работе с заказчиками (рекламодателями)</p> | <p>1. Создать медиаплан и поучаствовать в менеджменте какого-либо бренда. 2. Поработать с заказчиками: составить бриф, план-программу работы, осуществить ведение клиентской базы. 3. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |
| <p>ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>ЭТАП 1. Пороговый</p> | <p>Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>1. Ознакомиться с принципами и методиками создания рекламных материалов в различных жанрах, форматах. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором.</p> |
| | | <p>Умеет: частично и под контролем применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> | <p>1. Поучаствовать в производственном процессе разработки рекламной кампании, поучаствовать в деловых встречах. 2. Представить данные в отчетной</p> |

| | | | |
|----------------------------|--|--|--|
| | | | документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | ЭТАП 2. Продвинутый | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности | 1. Провести поиск носителей (рекламных площадей) размещения рекламной информации. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Умеет: применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | 1. Поучаствовать в производственном процессе разработки рекламной кампании, поучаствовать в деловых встречах. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| ЭТАП 3. Высокий | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности | 1. Ознакомиться с принципами и методиками создания рекламных материалов в различных жанрах, форматах. 2. Провести поиск носителей (рекламных площадей) размещения рекламной информации. 3. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | | собеседования с экзаменатором. |
| | | Умеет: самостоятельно применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | 1. Поучаствовать в производственном процессе разработки рекламной кампании, поучаствовать в деловых встречах. 2. Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | Представить данные в отчетной документации по практике и в ходе собеседования с экзаменатором. |

8.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Таблица 6

| Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы | Этапы формирования компетенций в ходе практики | Перечень планируемых результатов обучения | Процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций | Форма промежуточной аттестации |
|--|--|---|--|--------------------------------|
| ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с | ЭТАП 1. <i>Пороговый</i> | Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. | с Зачет оценкой |
| | | Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации | | |

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом</p> | |
| | <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью.</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> |
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках.</p> | |
| | | <p>Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок</p> | |
| | <p>ЭТАП 3. <i>Высокий</i></p> | <p>Знает: особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, принципы планирования деятельности по связям с общественностью, основы имиджирования, стратегии продвижения продукции.</p> | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> |
| | | <p>Умеет: проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на различных рынках, проводить оценку эффективности процессов продвижения.</p> | |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | | Владеет: навыком осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью в международных организациях и/или за рубежом; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | |
| <p>ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</p> | <p>ЭТАП 1. <i>Пороговый</i></p> | Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> |
| | | Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе | |
| | | Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации | |
| | <p>ЭТАП 2. <i>Продвинутый</i></p> | Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ | <p>Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации.</p> |
| | | Умеет: применять функции при реализации деятельности | |
| | | Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах | |

| | | | |
|--|--------------------------------|---|--|
| | | массовой информации; методами реализации управленческих функций | |
| | ЭТАП 3. Высокий | Знает: этические, психологические, коммуникативные особенности функционала специалиста по рекламе и PR в различных государственных, финансовых, общественных структурах, СМИ, знает должностные инструкции в области рекламы | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. |
| | | Умеет: ориентироваться в базовых функциях менеджера по рекламе, применять функции при реализации деятельности | |
| | | Владеет: навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; методами реализации управленческих функций при решении задач рекламы в работе с заказчиками (рекламодателями) | |
| ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | ЭТАП 1. Пороговый | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. |
| | | Умеет: частично и под контролем применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | |
| | ЭТАП 2. Продвинутый | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | Выполнение индивидуального задания; |
| | | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной | Выполнение индивидуального задания; |

| | | | |
|--|----------------------------|---|--|
| | | деятельности | Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. |
| | | Умеет: применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | |
| | ЭТАП 3. Высокий | Знает: теоретические основы области рекламы как сферы профессиональной деятельности | Выполнение индивидуального задания; Собеседование по результатам прохождения практики; Проверка отчетной документации. |
| | | Умеет: самостоятельно применять знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | |
| | | Владеет: способностью самостоятельно реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности | |

Средства оценивания компетенций

Преподавателем, ответственным за прохождение производственной практики обучающимися оценивается содержание и качество выполнения ими следующих отчетных документов:

- индивидуальное задание обучающемуся на производственную практику (выданное кафедрой перед началом практики) – Приложение 2;
- рабочий график (план) проведения производственной практики (выданный кафедрой перед началом практики) – Приложение 3;
- совместный рабочий график (план) проведения производственной практики (выданный кафедрой перед началом практики) – Приложение 4;
- дневник прохождения практики с указанием времени, места, последовательности решаемых на практике задач – Приложение 5;
- развернутый отчет, в котором следует указать: кто был руководителем производственной практики, какие материалы подготовлены самостоятельно, какие трудности встречались в работе, что дала практика; краткий анализ положительных и отрицательных сторон прохождения практики, практического использования методик работы – Приложение 6;
- отзыв с места производственной практики, в котором должны быть отражены профессиональные и личностные качества, проявленные обучающимся, отношение к прохождению производственной практики и поручаемой работе, рекомендации по дальнейшей профессиональной подготовке обучающегося, общая оценка (отзыв заверяется руководителем практики) – Приложение 7.

Критерии оценки отчетных документов по практике

Дневник по практике – это описание обязательной для каждого обучающегося стажировки на предприятии. В нем обучающийся производит записи о каждом дне пребывания на практике и описывает проделанные работы. Также в дневнике содержатся сведения о самом обучающемся и об учебном заведении.

1. Дневник заполняется ежедневно в конце рабочего дня. Записи в нем делают четко и аккуратно.

2. В дневнике описываются основные моменты выполненной работы, согласно индивидуальному заданию и задачам практики, делаются выводы.

3. В период прохождения практики дневник может проверяться руководителем практики, который делает замечания и указания по ведению дневника.

4. По окончании практики дневник вместе с другими приложенными документами, отчетом и отзывом сдается преподавателю – руководителю практики.

Обычно описание деятельности на практике осуществляется в специальной таблице. Учащемуся, проходящему практику, предстоит отчитываться за каждый день работы на предприятии. Он будет описывать свои функции, отмечать сведения, с которыми успел познакомиться.

При заполнении дневника не следует дублировать содержание работ, выполняемых на предприятии. Даже если обучающийся занимался однотипной работой каждый день, ему следует фиксировать в дневнике разнообразные данные о своих функциях. Можно отмечать в дневнике названия различных архивных и текущих документов, которые он изучил.

Заполненный обучающимся дневник проверяется руководителем от организации и преподавателем, каждый из которых удостоверяет правильность сведений, отраженных в документе, своей подписью. На завизированном документе ставят печать организации, где обучающийся проходил практику.

Критерии оценки дневника по практике:

наличие:

1. заполненных граф о ежедневной трудовой деятельности на месте прохождения практики;
 2. описаний работы, которую выполнял обучающийся-практикант в рамках своих трудовых обязанностей;
 3. общего анализа деятельности учащегося после рабочего дня;
 4. источников информации, с которыми учащийся знакомился и работал во время трудовой деятельности. Подтвердить указанные данные могут копии документов, взятые из предприятия по разрешению руководителя практики от организации;
 5. печати организации и подписи руководителя практики от предприятия.
- Бланк дневника представлен в Приложении 5.

Отчет по практике – это практическая научно-исследовательская работа. Представляет собой свод практических знаний, полученных непосредственно на объекте практики (в организации). Целью прохождения практики является самостоятельное, практическое исследование, приобретение на практике практических знаний и закрепление теоретического материала.

Согласно методическим рекомендациям, типовой отчет по практике содержит следующие пункты:

1. титульный лист, включающий основные сведения о практиканте и месте прохождения практики;
2. содержание, то есть краткий план работы;
3. введение, включающее цели и задачи практики;
4. основная часть, где фиксируется описание структуры организации и ее основной деятельности;
5. заключение, описывающее конечные результаты работы обучающегося на предприятии;
6. список литературы, в том числе нормативно-правовые акты, в соответствии с которыми функционирует организация, внутренние акты предприятия, приказы руководителя организации и должностные инструкции для сотрудников;
7. приложение, в качестве которого обучающиеся используют копии документов, взятых на месте прохождения практики, графики, рисунки, диаграммы и таблицы, статистические данные.

Введение для отчета по практике

Во вводной части отчета обучающемуся предстоит отразить актуальность выбранной практики, выявить объект и предмет исследования, а также поставить перед собой цель, наметить задачи и методы их реализации.

В качестве главной цели производственной практической деятельности обычно выступает сбор и анализ теоретического материала, закрепление полученных знаний и умений. Чтобы достичь этой цели, обучающемуся нужно справиться с рядом задач. К примеру, ему важно закрепить свои профессиональные знания по ряду отраслевых дисциплин, приобрести практические навыки работы, сформировать чувство ответственности и уважения к своей будущей профессии.

Учащемуся на практике будет необходимо адаптироваться на рабочем месте, ознакомиться с новыми формами и методами трудовой деятельности, изучить опыт работы компании. Среди его основных задач:

- выявление проблемных вопросов при работе предприятия;
- поиск способов оптимизации деятельности организации;
- внесение предложений по улучшению работы компании.

Во введении обучающийся отражает основные этапы работы в организации. Он перечисляет материалы, использованные им при прохождении практики. Стоит упомянуть об исторических и теоретических разработках, касающихся работы компании, которые были изучены обучающимся.

Средняя продолжительность вводной части составляет 1-2 страницы печатного текста. От обучающегося не требуется составлять длинных описаний. Характеристику работ, выполняемых на предприятии, стоит перенести в основную часть отчета по практике.

Основная часть отчета

В основной части, которая обычно достигает объема в 15-20 страниц печатного текста, должно быть 2 раздела. Первый раздел основной части отчета по производственной практике содержит:

- диагностику и анализ работы предприятия. Можно провести анализ основной деятельности организации посредством составления графика динамики роста уставного капитала или числа клиентов;
- описание организационной и правовой структуры предприятия, полномочий его руководителя и сотрудников;
- анализ материалов, использованных на практике. К примеру, локальных правовых актов, должностных инструкций, учредительных документов или положений о структурных подразделениях компании;
- исследование выявленной проблематики.

Во втором разделе основной части от обучающегося требуется охарактеризовать свои функциональные обязанности в организации, где он проходил практику. Учащемуся следует описать:

- специфику работы отдела, где он находился в период практики;
- порядок использования в процессе трудовой деятельности информационных технологий;
- трудности, возникающие в процессе реализации заданий, данных руководителем практики;
- недостатки деятельности организации, выявленные при прохождении практики;
- предположения, касающиеся порядка совершенствования работы компании.

Заключение в отчете по практике

Заключительная часть должна составлять от 1 до 2 страниц печатного текста. В этой части обучающийся отражает результаты своей практической деятельности на предприятии. Он подводит общие итоги практики, указывает на выполненные им задачи. Учащийся фиксирует, насколько близко он подошел к реализации поставленной цели и насколько полно исследовал предмет изучения.

Автор отчета отражает в заключительной части своей работы такие данные, как:

- сведения о месте и сроках прохождения производственной практики;
- описание выполненной программы практики;
- вопросы, изученные на период работы в организации;
- оценка эффективности работы предприятия;
- предложения по разрешению выявленных проблем и недоработок.

Критерии оценки отчета по производственной практике

При выставлении итоговой оценки за представленный отчет преподаватель будет учитывать такие факторы, как:

1. уровень теоретической подготовки обучающегося;
2. способность учащегося адаптировать имеющиеся научные сведения под текущую ситуацию, применять свои знания на практике;
3. наличие в отчете смысловых и грамматических ошибок, противоречий;
4. верное закрепление целей, задач, методов реализации и содержания практики;
5. степень и качество приобретенных учащимся практических навыков;
6. степень профессиональной направленности выводов обучающегося по результатам прохождения практики;
7. профессиональный уровень рекомендаций, данных обучающимся с целью оптимизации работы предприятия;

8. качество приложенных к отчету дополнительных документов, статистических данных, графиков и диаграмм;

9. правильность заполнения дневника по практике и пояснительной записки.

Бланк отчета представлен ниже.

Отзыв руководителя практики от организации – это описание теоретических знаний, практических навыков и деловых качеств обучающегося. Характеристику на практиканта составляет представитель организации, где работал учащийся. В нее рекомендуется вносить сведения о способностях и прикладных талантах обучающегося, о проявленных им практических навыках и умениях.

Готовый отзыв должен быть подтвержден подписью руководителя от организации, выступающей местом прохождения практики. Также на документе проставляется оттиск печати предприятия.

Некоторые сотрудники, ответственные за составление характеристики, просят обучающихся заполнить документ самостоятельно, а позднее принести им на подпись. В таком случае учащийся описывает свои практические навыки сам. Не следует приписывать себе невероятные заслуги, которые могут вызвать сомнения у преподавателей, проверяющих отчет. Характеристика практических способностей и теоретических знаний обучающегося должна быть правдивой и объективной.

В конце отзыва следует указать дату ее составления и поставить оценку, присужденную практиканту. Как правило, представители организаций проставляют обучающимся такие отметки, как «Хорошо» и «Отлично».

Бланк отзыва представлен в приложении.

Критерии оценки результатов прохождения практики

Формы аттестации результатов производственной практики устанавливаются рабочим учебным планом с учетом требований ФГОС ВО.

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

Зачет с оценкой по практике:

Результаты процедур оценивания определяются оценками «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» с учетом следующих критериев:

«отлично» - если обучающийся:

- демонстрирует глубокое познание программного материала, в полном объеме раскрывает теоретическое содержание вопросов, увязывая его с задачами профессиональной деятельности;

- не затрудняется с ответом на дополнительные вопросы экзаменатора;

- дает четкое обоснование принятых решений, умеет самостоятельно последовательно, логично, аргументированно излагать, анализировать, обобщать изученный материал, не допуская ошибок.

«хорошо» – если обучающийся:

- проявил достаточный уровень сформированности компетенций, твердо знает программный материал, правильно, по существу и последовательно излагает содержание вопросов и отчетных документов по практике;

- владеет основными умениями и навыками, но при ответе допускает незначительные ошибки и неточности.

«удовлетворительно» – если обучающийся:

- усвоил только основные положения программного материала;

- проявил *минимальный* уровень соответствующие сформированности компетенций, содержание вопросов излагает поверхностно, дает неполные (неточные) определения понятий,

при аргументации не дает должного обоснования;

- допускает неточности и ошибки, нарушает последовательность в изложении материала;

- испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы экзаменатора.

«неудовлетворительно» – если обучающийся:

- при оценке сформированности компетенции показал знания, умения и владения программным материалом ниже минимального (порогового) уровня;

- не смог ответить на дополнительные вопросы или отказался отвечать.

9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература:

1. Баранов Д. Е., Демко Е. В., Лукашенко М. А. PR: теория и практика. – М.: Синергия, 2013. – 352 с. (из ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru).

2. Данилина В.В., Луканина М.В., Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: учеб.пособие для обучающихся вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2012. – 320 с.(в т.ч. из ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru).

Дополнительная литература:

1. Гуськова С.В. Основы теории коммуникации. – М.: Флинта, 2013. – 78 с. (из ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru)

2. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний - 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2014. – 180 с.

3. Ромат Е.В. Реклама. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с. (из ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru)

4. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговые коммуникации. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 324 с. (из ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru)

5. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014 – 160 с.

6. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 322 с. (из в ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru).

7. Ягодкина М. В., Иванова А. П., Сластушинская М. М. Реклама в коммуникационном процессе: учеб.пособие. – СПб.: Питер, 2014 г., 304 с (из ЭБС «Айбукс» / www.i-books.ru).

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.gov.ru> – «Официальная Россия» – сервер органов государственной власти Российской Федерации (Президент РФ, Государственная Дума, Совет Федерации, Правительство РФ)

2. <http://mirrossii.ru/> – федеральный образовательный портал «Общественные науки и современность»

3. <http://nns.ru> – «Национальная служба новостей»; <http://www.gazeta.ru> – «Газета.ру»; <http://www.strana.ru> – «Страна.ру»; <http://www.polit.ru> – «Полит.ру» – информационные сайты о текущих событиях политической жизни в нашей стране и за рубежом

4. <http://www.rusology.narod.ru/> – портал «РОССИЯ». Библиотека «РОССИЯ». Россия в мире.

5. <http://www.gumer.info/> – электронная библиотека Гумер: книги, учебники.

6. <http://protect.gost.ru/> – ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

7. <http://www.rucont.ru> – национальный цифровой ресурс РУКОНТ - межотраслевая электронная библиотека.

8. <http://window.edu.ru/> – Единое окно доступа к образовательным ресурсам.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Учебно-методическим обеспечением работы обучающихся на производственной практике являются:

1. учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам (см. выше список основной и дополнительной литературы);
2. нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит производственную практику (по получению первичных профессиональных умений и навыков) обучающийся;
3. методические разработки для обучающихся, определяющие порядок прохождения и содержание производственной практики (программа практики).

В процессе организации производственной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) применяются современные информационные технологии:

1. *Мультимедийные технологии*: проекторы, ноутбуки, персональные компьютеры, комплекты презентаций, учебные фильмы.
2. *Дистанционная форма* консультаций во время прохождения конкретных этапов производственной практики и подготовки отчета, которая обеспечивается: выходом в глобальную сеть Интернет, поисковыми системами Яндекс, Мейл, Гугл, системами электронной почты.
3. *Компьютерные технологии и программные продукты*, а именно: Электронная-библиотечная система (ЭБС) ibooks.ru (Айбукс-ру). (Договор №25-04/16К от 16.05.2016 г.); Консультант плюс; Гарант; Windows 7; Office 2010; Программа Photoshop; Программа InDesign; Программа Adobe Illustrator; Программа Power Point 2009-2011; Электронная информационно-образовательная среда МГЭУ (лицензия № 978ДО16АР от 28 октября 2016 г. на использование программного обеспечения «ЭИОС»; поставщиком программного обеспечения является ООО «УНИАР»; договор № МГЭИ-У/1-2016 от 01 марта 2016 г.).

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Ознакомительные лекции и инструктаж обучающихся во время производственной практики проводятся в помещениях университета, оборудованных столами, стульями, досками, экраном, видеопроектором, персональными компьютерами, ноутбуком.

Для проведения производственной практики используются аудитории, оснащенной мультимедийной системой (г. Москва, Ленинский пр-т 8/16, главный корпус МГЭУ, аудитории: 402, 409, 429, 410, 412, 414, 425).

Прохождение производственной практики на базе МГЭУ обеспечивается наличием следующего материально-технического оборудования:

- 1) аудитории, оснащенные доской, партами, кафедрами – для проведения лекционных и практических занятий, презентации учебного материала (корпус МГЭУ: г. Москва, Ленинский пр-т 8/16, аудитории: 402, 409, 429, 410, 412, 414, 425);
- 2) учебные специализированные кабинеты:
 - а. класс кабинета журналистики и связей с общественностью (Медиацентра), расположенного по адресу: корпус МГЭУ, г. Москва, Ленинский пр-т 8/16, аудитория 402), оборудованный современной техникой, где преподаватели вместе со студентами могут осуществлять образовательный процесс, ведя свою практическую деятельность, в том числе осуществлять подготовку и верстку студенческой газеты, анализировать документы;
 - б. компьютерный класс, оборудованный современной техникой: компьютеры,

принтеры, проекторы, сканеры-копиры, видеокамеры (корпус МГЭУ, г. Москва, Ленинский пр-т 8/16, аудитория: 311);

в. компьютерный зал электронной научной библиотеки МГЭУ, оборудованный 12 компьютерами, лазерным принтером и сканером-копиром, где студенты могут осуществлять самостоятельную работу (корпус МГЭУ: г. Москва, Ленинский пр-т 8/16, аудитория: 423б);

Кроме того, материально-техническая база производственной практики включает:

а) дидактические материалы – презентационные материалы (слайды); учебные видеозаписи; комплекты схем, плакатов, настенные стенды;

б) технические средства обучения – аудио-, видео-, фотоаппаратура, иные демонстрационные средства; персональный компьютер, множительная техника (МФУ);

с) программные средства обучения: Windows 7; Office 2010; Антивирус Касперского; Программа Photoshop; Программам InDesign; Программа Adobe Illustrator;

д) справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант»;

е) словесные средства обучения: учебники; словари; периодические издания.

12. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

ДОГОВОР № _____

об организации и прохождении учебной и производственной, в том числе
преддипломной практик обучающимися

Автономной некоммерческой организации высшего образования
Московский гуманитарно-экономический университет

г. Москва

« ____ » _____ 20 __ г.

Автономная некоммерческая организация высшего образования Московский гуманитарно-экономический университет (АНО ВО МГЭУ), именуемый в дальнейшем Исполнитель (далее - Университет), в лице ректора Демидовой Любови Анисимовны (далее - Ректор), действующего на основании Устава, с одной стороны, и

(наименование профильной организации)

в лице _____ ,

(должность, ФИО руководителя профильной организации полностью)

действующего на основании _____ ,

(устава, доверенности и т.д.)

именуемая в дальнейшем ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Общие положения

1.1. Видами практики ОБУЧАЮЩИХСЯ являются: **учебная и производственная, в том числе преддипломная практики** (далее вместе - практики).

1.2. Учебная практика проводится в целях получения первичных профессиональных умений и навыков.

Производственная практика проводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Конкретные типы учебной и производственной практики, предусмотренные реализуемыми основными профессиональными образовательными программами высшего образования Университетом, разработаны и установлены в соответствии с требованиями части 7 статьи 13 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования, Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного приказом Минобрнауки России от 27.11.2015 № 1383 (зарегистрирован Минюстом России 18.12.2015, регистрационный № 40168), а именно:

- основная профессиональная образовательная программа высшего образования **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (направленность (профиль) программы «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», программа академического бакалавриата, вид (виды) профессиональной деятельности: организационно-управленческая; проектная; коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая; информационно-технологическая.

Виды практик учебная и производственная, в том числе преддипломная практики;

Типы практик практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности; практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; практика для выполнения выпускной квалификационной работы.

1.3. Учебная и производственная, в том числе преддипломная практики, предусмотренные Федеральными образовательными стандартами высшего образования, осуществляются на основе настоящего договора, в соответствии с которым ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, деятельность которой соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования, представляет место для

прохождения практики ОБУЧАЮЩИМСЯ Университета.

1.4. ОБУЧАЮЩИЙСЯ в период прохождения практики в ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ подчиняется непосредственно _____,

(наименование должности, ФИО полностью)

1.5. Руководителем практики от Университета назначается _____

(наименование кафедры, должности, ФИО полностью)

1.6. Способы проведения практики: стационарная / выездная.

(нужное подчеркнуть)

1.7. Практика проводится в следующих формах:

а) непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных основными профессиональными образовательными программами высшего образования;

б) дискретно:

по видам практик - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики;

по периодам проведения практик - путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Возможно сочетание дискретного проведения практик по их видам и по периодам их проведения.

2. Обязательства сторон

2.1. Университет обязуется:

2.1.1. Предоставить ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:

- программу практики;

- списки ОБУЧАЮЩИХСЯ (с указанием курса, Ф.И.О. ОБУЧАЮЩИХСЯ), в случае прохождения практики двумя и более студентами;

- график прохождения практики ОБУЧАЮЩИМСЯ в соответствии с календарным (календарными) учебным (учебными) графиком (графиками) по реализуемым основным профессиональным образовательным программам высшего образования Университета.

2.1.2. Назначить руководителей практики от Университета, в функциональные обязанности которого входит:

- составление рабочего графика (плана) проведения практики;

- разработка индивидуальных заданий для ОБУЧАЮЩИХСЯ, выполняемые в период практики;

- участие в распределении ОБУЧАЮЩИХСЯ по рабочим местам и видам работ в профильной организации;

- осуществление контроля за соблюдением сроков проведения практики ОБУЧАЮЩИХСЯ и соответствием ее содержания требованиям, установленным основными профессиональными образовательными программами высшего образования;

- оказание методической помощи ОБУЧАЮЩИМСЯ при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

- оценивание результатов прохождения практики ОБУЧАЮЩИМСЯ.

2.1.3. Составить совместный рабочий график (план) проведения практики вместе с руководителем практики от ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

2.1.4. Обеспечить соблюдение ОБУЧАЮЩИМСЯ трудовой дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка, обязательных для работников ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ совместно с руководителем практики от ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ;

2.1.5. Оказывать при необходимости руководителям практики от ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ методическую помощь в организации и проведении практики.

2.1.6. Осуществлять контроль за соблюдением сроков практики ОБУЧАЮЩИХСЯ и ее содержанием.

2.1.7. В составе комиссий по охране труда принимать участие в расследовании несчастных случаев происшедших с ОБУЧАЮЩИМСЯ, в соответствии с Положением о расследовании несчастных случаев на производстве.

2.2. ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ обязуется:

2.2.1. Предоставить ОБУЧАЮЩИМСЯ место для прохождения практики в соответствии с настоящим договором, со сроками и программой прохождения практики.

2.2.2. Создавать необходимые условия для выполнения ОБУЧАЮЩИМИСЯ программы практики.

2.2.3. Формировать у обучающегося в период проведения учебной и производственной, в том числе преддипломной практик, общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, соответствующие виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата.

2.2.4. Руководитель ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ назначает руководителя практики который:

- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места ОБУЧАЮЩИМСЯ;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики ОБУЧАЮЩИМИСЯ, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- работает в контакте с руководителем практики от АКАДЕМИИ;
- обеспечивает качественное проведение инструктажа по охране труда, технике безопасности и пожарной безопасности, по режиму и правилам внутреннего трудового распорядка, по охране и защите коммерческой и другой информации;

- знакомит или обеспечивает знакомство ОБУЧАЮЩИХСЯ с уставом ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, основными направлениями деятельности, структурой управления, с организацией работы;

- осуществляет контроль за выходом на работу и продолжительностью рабочего дня ОБУЧАЮЩИХСЯ;

- организует прохождение практики ОБУЧАЮЩИХСЯ в соответствии с программой практики и выданным заданием и не допускает использования ОБУЧАЮЩИХСЯ на должностях и выполнения им работ не предусмотренных программой практики, и не имеющих отношения к получаемой специальности.

- осуществляет контроль за прохождением практики ОБУЧАЮЩИМИСЯ, помогает грамотно выполнять все задания, знакомит с методами работы;

- предоставляет возможность пользоваться ПК, оргтехникой, а также литературой, документацией ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, не являющейся объектом коммерческой тайны, при написании отчетов по практике, выполнении научно-исследовательских, курсовых и выпускных квалификационных работ, подготовке публикаций;

- контролирует соблюдение ОБУЧАЮЩИМИСЯ производственной и трудовой дисциплины и своевременно, в письменном виде, сообщает в Университет обо всех случаях серьезного нарушения ОБУЧАЮЩИМСЯ правил внутреннего распорядка;

- контролирует ведение дневников, подготовку материалов и отчетов ОБУЧАЮЩИХСЯ, составляет производственные характеристики;

- осуществляет регулярную информационную связь с Университетом;

- отчитывается перед руководством предприятия за организацию и проведение практики.

2.2.5. Обеспечивать безопасные условия труда для ОБУЧАЮЩИХСЯ по установленным нормам.

2.2.6. Несчастные случаи, произошедшие с ОБУЧАЮЩИМИСЯ во время прохождения практики, расследовать комиссиями по охране труда совместно с Университетом в соответствии с Положением о расследовании и учете несчастных случаев на производстве.

2.3. ОБУЧАЮЩИЙСЯ обязуется:

2.3.1. Получить в Университете индивидуальное задание на практику.

2.3.2. По прибытии в ПРОФИЛЬНУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ предоставить в отдел кадров либо руководителю ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ направление на практику.

2.3.3. Пройти необходимые инструктажи.

2.3.4. Соблюдать трудовую дисциплину на предприятии.

2.3.5. Беречь имущество предприятия; не разглашать информацию являющуюся коммерческой и служебной тайной предприятия; выполнять качественно свои должностные обязанности, поручения, задания и указания руководящих должностных лиц; соблюдать требования по охране труда, технике безопасности, производственной санитарии.

2.3.6. Регулярно (еженедельно) информировать Университет о ходе и результатах практики (в т.ч. по электронной почте).

2.3.7. Выполнить работы, предусмотренные индивидуальным заданием, собрать материал, необходимый для составления отчета по практике, и написать отчет в соответствии с требованиями, приведенными в задании, утвержденными Университетом.

2.3.8. Получить отзыв (характеристику) у руководителя практики от ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.

2.3.9. В установленный срок предоставить документы руководителю практики от Университета и защитить отчет по практике.

2.3.10. При прохождении практик, предусматривающих выполнение работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), ОБУЧАЮЩИЕСЯ пройти соответствующие медицинские осмотры (обследования) в соответствии с Порядком проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, утвержденным приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12.04.2011 № 302н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21.10.2011, регистрационный № 22111), с изменениями, внесенными приказами Министерства здравоохранения Российской Федерации от 15.05.2013 № 296н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 03.07.2013, регистрационный № 28970) и от 05.12.2014 № 801н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 03.02.2015, регистрационный № 35848).

3. Особые условия

3.1. При наличии вакантной должности, в соответствии с требованиями трудового законодательства и программы практики, ОБУЧАЮЩИЙСЯ может быть зачислен на эту должность на период практики. В этом случае с ОБУЧАЮЩИМСЯ заключается срочный трудовой договор и выплачивается заработная плата в порядке и на условиях, установленных для всех работников, за фактически отработанное время по установленным окладам (ставкам).

3.2. Оплата труда ОБУЧАЮЩЕГОСЯ в период практики при выполнении им производственного задания устанавливается соглашением, заключенным между ОБУЧАЮЩИМСЯ и ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ и осуществляется в порядке, предусмотренном действующим законодательством для организаций соответствующей отрасли.

3.3. ОБУЧАЮЩЕМУСЯ устанавливается _____ (пятидневная, шестидневная, другая) рабочая неделя. Выходными днями являются _____

Режим рабочего времени: начало практики _____, окончание практики _____, перерыв для отдыха и питания с _____ по _____.

3.4. Продолжительность рабочего дня для ОБУЧАЮЩЕГОСЯ при прохождении практики в организациях составляет для студентов в возрасте от 15 до 16 лет не более 24 часов в неделю, для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 36 часов в неделю, в возрасте от 18 и старше не более 40 часов в неделю.

4. Ответственность сторон

4.1. Стороны несут ответственность за невыполнение возложенных на них обязательств по организации, проведению и прохождению практики в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4.2. Все споры, возникающие между сторонами по настоящему договору, разрешаются путем переговоров, а при не достижении компромисса - в порядке, предусмотренном действующим законодательством Российской Федерации.

5. Срок договора и прочие условия

5.1. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из сторон и действует с « _____ » _____ 20__ г. по « _____ » _____ 20__ г.

5.2. Договор может быть изменен по решению сторон с составлением дополнительного соглашения, которое будет являться неотъемлемой частью настоящего договора

6. Адреса сторон:

ПРОФИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ: _____

_____;

(наименование организации полностью)

Юридический адрес: _____;

Фактический адрес: _____;

_____;

Тел/факс, электронный адрес _____

_____;

(наименование должности руководителя,)

(подпись)

(ФИО)

М.П.

АНО ВО Московский
гуманитарно-экономический
университет (МГЭУ);
ИНН 7737040022; КПП 770601001;
Адрес юридический: 119049, г.
Москва, ГСП-1, Ленинский
проспект, д.8, стр. 16.
р/с 40703810900020000156
в ПАО «МинБанк» г. Москвы.
БИК № 044525600, код ОКОНХ
92110

Ректор _____ /Л.А.Демидова /

« ____ » _____ 20__ г.

М. П.

Московский гуманитарно-экономический университет

Факультет _____
 Кафедра _____

Индивидуальное задание

на _____ практику
 обучающемуся(ке) _____ курса _____ факультета
 (ФИО)

группа № _____

цель

_____ практики
 (вид практики)

В результате _____ практики обучающийся(ка)
 должен(на):

- знать _____
- уметь _____
- практически овладеть _____

Заведующий кафедрой _____
 (подпись) (ФИО)

Задание на практику получил:
 обучающийся

 (подпись) (ФИО)

Московский гуманитарно-экономический университет

Факультет _____

Кафедра _____

Рабочий график (план) проведения практики

на период с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.
 обучающегося(ки) _____ курса _____ факультета
 МГЭУ,
 обучающегося(ейся) по направлению подготовки _____

(ФИО)

по _____ практике

(указать какой)

в(на) _____

(наименование организации)

Пример оформления:

| № п/п | Наименование работ | Недели прохождения практики | | | | | | | | | | | |
|----------|--|-----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1 | Провести анализ системы управления организацией, изучить общие функции управления подразделения по связям с общественностью / рекламы, технологию управления рекламной и PR-деятельностью, количественный и качественный состав работников и т.д.) | + | | | | | | | | | | | |
| 2 | Принять участие в планировании и подготовке организуемых PR-службой или рекламным отделом мероприятий, составлении материалов для СМИ; Составить медиаплан информационной кампании | | + | + | | | | | | | | | |
| 3... | ... | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Составить отчет по практике | | | | | | | | | | | | + |

Руководитель практики от МГЭУ _____

(ФИО)

 (должность, уч. степень, уч. звание)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Московский гуманитарно-экономический университет

Факультет _____
Кафедра _____

Совместный рабочий график (план) проведения практики

на период с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.
обучающегося(ки) _____ курса _____ факультета
МГЭУ,
обучающегося(ейся) по направлению подготовки _____

(ФИО)
по _____ практике
(указать какой)
в(на) _____
(наименование организации)

Пример оформления:

| № п/п | Наименование работ | Недели прохождения практики | | | | | | | | | | | | |
|----------|--|-----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | Провести анализ системы управления организацией, изучить общие функции управления подразделения по связям с общественностью / рекламы, технологию управления рекламной и PR-деятельностью, количественный и качественный состав работников и т.д.) | + | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Принять участие в планировании и подготовке организуемых PR-службой или рекламным отделом мероприятий, составлении материалов для СМИ; Составить медиаплан информационной кампании | | + | + | | | | | | | | | | |
| 3... | ... | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Составить отчет по практике | | | | | | | | | | | | | + |

Руководитель практики от МГЭУ _____
(ФИО)

(должность, уч. степень, уч. звание)

Руководитель практики от организации _____
(ФИО)

(должность, уч. степень, уч. звание)

« ____ » _____ 20 ____ г. М.П.

ДНЕВНИК**прохождения практики обучающимся**

_____ курса _____ факультета

(фамилия, имя, отчество)

группа № _____

в _____

(организация, должность)

с " ____ " _____ 20 ____ г. по " ____ " _____ 20 ____ г.

| Дата | Выполнение работы | Примечание |
|------|-------------------|------------|
| | | |

Подпись обучающегося

" ____ " _____ 20 ____ г.

Подпись руководителя практики от организации

" ____ " _____ 20 ____ г.

Печать организации

Приложение 6

На бланке организации

Ректору МГЭУ
профессору
ДЕМИДОВОЙ Л.А.**ОТЗЫВ**о прохождении _____ практики
обучающимся _____ факультета _____ курсав _____
(организация, должность)

в период с «__» _____ 20 г. по «__» _____ 20 г.

текст отзыва

Должностное лицо организации _____

Дата

Печать

МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

О Т Ч Е Т

о прохождении _____ практики

обучающимся(кой)

_____ курса _____ факультета

(фамилия, имя, отчество)

учебная группа № _____

В _____

_____ (организация, должность)

с " ____ " _____ 20 г. по " ____ " _____ 20 г.

текст отчета

Подпись обучающегося

" ____ " _____ 20 г.

Подпись руководителя
практики от предприятия

" ____ " _____ 20 г.

Печать организации