

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Медиакоммуникации»

ПРОГРАММА ПРАКТИК

направления подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Цифровые технологии в рекламе и связях с
общественностью»

Квалификация (степень) – магистр

Очное обучение

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа практики разработана в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего образования в СГТУ имени Гагарина Ю.А. от 2016 г.

Согласно учебному плану, программа практик для студентов, обучающихся по направлению магистерской подготовки «Реклама и связи с общественностью» (магистерская программа «Цифровые технологии по рекламе и связям с общественностью») на очной форме обучения, включает в себя следующие виды практик (см. Табл. 1).

Таблица 1

№	М.2. Практики	Распределение по семестрам	Зачетные единицы	Акад. часы
1	М.2.1. Учебная	2	6	216
2	М.2.2. Производственная (педагогическая)	4	3	108
3	М.2.3. Производственная	4	6	216
4	М.2.4. Преддипломная	4	6	216
	Всего		21	754

Учебная, производственная (педагогическая), производственная и преддипломная практики являются обязательными для студентов, обучающихся по магистерским программам, и представляют собой вид самостоятельной работы, непосредственно ориентированной на научно-исследовательскую, педагогическую и профессиональную подготовку обучающихся

Программа практики выдается студенту до прохождения практики с тем, чтобы студент мог обратить особое внимание на те вопросы, которые он должен осветить при выполнении индивидуального задания.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

М.2.1 «Учебная практика»

2.1. Цель практики – сформировать в студентах навыки по анализу практического применения современных технологий и методов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- активировать знание студентами методологических основ маркетингового анализа, а также анализа эффективности коммуникационных мероприятий, полученные в курсе обучения;
- сформировать в студентах навыки работы с научной литературой;
- выработать навыки аналитического отношения к проведенным рекламным и PR-мероприятиям;
- сформировать навыки применения описательного и сопоставительного методов изложения информации при изложении результатов проведенного студентом исследования.

Практика основывается на знаниях, полученных студентом в курсах «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Методологические проблемы современной науки», «Теория социальных и маркетинговых коммуникаций», «Современные информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Репутационный менеджмент», «Креатив в маркетинговых и социальных коммуникациях», «Менеджмент проектов в сфере социальных и маркетинговых коммуникаций».

Навыки, полученные студентами при прохождении данной практики, позволят закрепить полученные знания, а также собрать материалы для выпускной квалификационной работы по направлению обучения.

Практика направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

М.2.2 «Производственная (педагогическая) практика»

2.2. Основной целью прохождения производственной (педагогической) практики является подготовка студентов к профессиональной и возможной педагогической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, которая реализуется в формировании у них следующих компетенций:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Задачи практики:

1. сформировать в студентах навыки межличностного и публичного общения в контексте учебного процесса;
2. проверить на практике владение ими навыками логического и грамотного синтетического изложения теоретических вопросов, связанных со сферой рекламы и связей с общественностью.

Практика базируется на знаниях, полученных студентом в ходе обучения по программе магистратуры направления «Реклама и связи с общественностью».

Навыки, полученные студентами при прохождении данной практики, позволят закрепить полученные знания, а также определиться с направлением будущей профессиональной деятельности.

М.2.3 «Производственная»

2.3. Целью прохождения Производственной практики является обучение студентов участию в планировании, организации и проведении мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью.

Практика направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Прохождение практики базируется на знаниях, полученных студентом в ходе обучения по программе магистратуры направления «Реклама и связи с общественностью».

Навыки, полученные студентами при прохождении данной практики, позволят закрепить полученные знания, а также определиться с направлением будущей профессиональной деятельности.

Задачи практики:

1. сформировать в студентах навыки участия в планировании, организации и проведении мероприятий по рекламе и связям с общественностью;
2. научить применению в практической деятельности знаний, полученных в ходе обучения по программе магистратуры «Реклама и связи с общественностью».

М.2.4 «Преддипломная»

2.4. Целью прохождения практики является формирование в студентах навыков научного обоснования и самостоятельного планирования, организации и проведения мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью.

Практика направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Прохождение практики базируется на знаниях, полученных студентом в ходе обучения по программе магистратуры направления «Реклама и связи с общественностью», а также на знаниях и навыках, приобретенных студентами в процессе прохождения учебной и Производственной практики.

Умения и навыки, приобретенные студентами в процессе прохождения преддипломной практики, воплощаются в разработанном ими самостоятельном коммуникационном проекте, служащем основой для будущей квалификационной работы. Успешное прохождение студентом преддипломной практики свидетельствует о его успешной профессиональной подготовке по магистерской программе обучения по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Задачи практики:

1. сформировать в студентах навыки работы с научной литературой по проблемам планирования, организации и проведения мероприятий в сфере рекламы и PR;
2. выработать в студентах способность к самостоятельному принятию решений в отношении постановки стратегических целей коммуникационной политики организации;
3. заложить в студентов навыки самостоятельного планирования, организации и дальнейшей реализации коммуникационного проекта, связанного со сферой рекламы и PR.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИК

Организация учебной, производственной (педагогической), Производственной и преддипломной практик направлена на обеспечение непрерывности и последовательности в формировании научно-исследовательских и педагогических компетенций выпускника.

Основной базой прохождения учебной практики является кафедра «Медиакоммуникации» СГТУ, однако возможно прохождение студентами исследовательской практики в организациях, с которыми кафедра имеет договор о сотрудничестве.

Прохождение студентами производственной (педагогической) практики предполагает формирование педагогических компетенций магистранта в системе высшего образования, в связи с чем основным местом проведения практики является выпускающая кафедра, для проведения практики могут также использоваться и структуры дополнительного образования («Арена», «Детская компьютерная школа», «Телевизионный центр ИНПИТ»), созданные в университете, а также филиалы кафедры в таких организациях, как ОАО «ТПО Нижне-Волжская студия кинохроники», «АРМК Софит».

Производственная и преддипломная практики организуются на филиалах кафедры (ОАО «ТПО Нижне-Волжская студия кинохроники», «АРМК Софит») или в организациях, с которыми у кафедры «Медиакоммуникации» заключен договор о сотрудничестве (рекламные агентства «Регион-Медиа», «Риазон» и другие).

Руководитель практики назначается приказом о проведении практики. В обязанности руководителя практикой от кафедры входит:

- обеспечение студентам возможности прохождения практики,
- проведение со студентами организационного собрания и беседы о соблюдении техники безопасности,
- рассмотрение спорных вопросов и конфликтных ситуаций с сотрудниками принимающей организации,
- обеспечение экскурсий,
- контроль над выполнением студентами индивидуального задания,
- сбор дневников прохождения практики,
- оценивание результатов практики (совместно с представителем принимающей организации),
- подготовка отчета о проведении практики во вверенных преподавателю группах.

В обязанности руководителя практикой от организации во время проведения Производственной практики входит:

- обеспечение студентам рабочего пространства,
- разработка индивидуального и группового задания практики,
- проведение экскурсий,
- оценивание результатов практики (совместно с руководителем практикой от кафедры).

Ответственность за соблюдение студентами техники безопасности несут руководитель практикой от организации и руководитель практикой от кафедры.

Студент обязан:

- соблюдать технику безопасности,
- соблюдать правила этикета в процессе общения с представителями организации,
- своевременно сообщать о возникновении сложностей прохождения практики руководителю практикой от кафедры,
- предоставить результаты выполнения индивидуального задания в срок и в виде, обозначенном руководителем практикой от организации,
- предоставить в установленные сроки отчет о прохождении практики руководителю от кафедры,
- оформить отчет о прохождении практики в соответствии с требованиями программы практик.

График консультаций студентов с руководителями практики помещается на информационные доски кафедры.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Практика, проводимая в соответствии с требованиями ФГОС, обеспечивает соответствие уровня учебной, педагогической, организационной и научно-исследовательской подготовки будущей деятельности выпускника.

4.1 Методические рекомендации по прохождению учебной практики

Учебная практика является одним из видов учебной работы студентов. Во время учебной практики студент должен изучить научную литературу по вопросам, отрабатываемым на практике, выполнить индивидуальное задание, подготовить и защитить отчет по практике. Прохождение практики оценивается в 6 зачетных единиц, на ее прохождение, согласно учебному плану направления обучения, выделяется 216 часов (4 недели).

В результате прохождения практики:

- **студент должен научиться:** выявлять стратегические цели проведенных рекламных и PR-мероприятий, сопоставлять их с общими маркетинговыми целями анализируемой организации, видеть функциональную значимость использованных

при их реализации коммуникативных технологий, приемов и методов (ПК-12), определять эффективность коммуникационных приемов и методов, используемых в коммуникационной деятельности конкретной организации, а также отдельных рекламных и PR-мероприятий в контексте развития современных коммуникационных технологий (ПК-13);

- студент должен овладеть: применением современной терминологии в сфере рекламы и связей с общественностью, современных методов сбора и обработки информации (ПК-12); методами коммуникационного анализа; навыками анализа коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

В процессе прохождения практики студент получает консультации у руководителя практики в часы консультаций, утвержденные на кафедре МКМ.

4.2 Методические рекомендации по проведению производственной (педагогической) практики

Производственная (педагогическая) практика является составной частью основной образовательной программы высшего образования и направлена на формирование профессиональных (педагогических) компетенций выпускника. Прохождение практики оценивается в 3 зачетные единицы, на ее прохождение, согласно учебному плану направления обучения, выделяется 108 часов (2 недели).

Производственная (педагогическая) практика включает в себя *три* этапа:

1. Наблюдение за работой профессионалов на месте прохождения практики.
- 2.

А) Выполнение индивидуального задания, связанного с профессиональной деятельностью, на месте прохождения практики.

Б) Проведение практических (лекционных) занятий для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью»

3. Составление отчета по практике.

Собранный студентами во время производственной практики материал служит основой не только для составления отчета по практике, но и может использоваться ими при выполнении курсовых и дипломных работ (проектов). Содержание материала зависит от особенностей производственной деятельности конкретной организации.

При прохождении производственной практики на *первом* этапе студентам необходимо собрать данные о деятельности организации следующего характера:

1. А) Структурно-организационные характеристики, особенности маркетинговой деятельности.

Б) Структурно-психологическая характеристика учебной группы, в которой проходит практика.

2. А) Распределение функций между представителями принимающей организации.

Б) Специфика работы ведущего преподавателя с группой.

3. А) Особенности выполнения работы, служащей основой для выполнения индивидуального задания.

Б) Особенности учебного курса, положенного в основу педагогической практики студента.

Таблица 2

Содержание практики

№ п/п	Наименование вопросов (работ, заданий) подлежащих изучению в период практики
1	Определить структурно-организационные характеристики, особенности маркетинговой деятельности организации. <i>Дать структурно-психологическую характеристику учебной группы, в которой проходит практика.</i>
2	Описать распределение функций между представителями организации.

	<i>Охарактеризовать специфику работы ведущего преподавателя с группой.</i>
3	Охарактеризовать особенности выполнения работы, служащей основой для выполнения индивидуального задания. <i>Охарактеризовать особенности учебного курса, положенного в основу педагогической практики студента.</i>

На *втором* этапе производственной (педагогической) практики студенту нужно ознакомиться с такими технологическими процессами, как подготовка к выполнению индивидуального задания (методическая разработка проведения практических (лекционных) занятий); уметь пользоваться технической (учебно-методической) документацией.

На основании полученной в ходе производственной практики информации студент должен сделать собственные выводы о наиболее целесообразных решениях, которые обеспечили бы повышение эффективности деятельности организации, являющейся местом прохождения практики (о наиболее эффективных методах проведения занятий). Если эти выводы и предложения кажутся студенту достаточно обоснованными и оригинальными, можно представить свои рекомендации и предложения работникам организации (кафедры, на которой проходит практика).

Студент выполняет также индивидуальное задание, которое он получает от руководителя практики - преподавателя кафедры.

При прохождении производственной практики на *третьем* этапе студентам необходимо собрать данные о деятельности организации (по теме учебного плана) в соответствии с предполагаемой темой выпускной квалификационной работы. Тема работы обсуждается с руководителем до начала практики. Собранные в ходе практики данные студент статистически обрабатывает, анализирует, на основании полученной информации должен сделать выводы и использовать их в выпускной квалификационной работе.

В результате прохождения практики:

- **студент должен научиться:** создавать в студенческих группах проектные команды и направлять их деятельность в соответствии со стратегическими целями разрабатываемых коммуникационных мероприятий; руководить студенческими группами, занятыми в разработке и планировании коммуникационных мероприятий, применяя навыки современной педагогики (ПК-12), руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры в пределах учебной группы (ПК-13);
- **студент должен овладеть:** способностью обозначать стратегические цели для последующей разработки коммуникационных проектов в рамках студенческой группы (ПК-12); владения методами современной педагогики; навыками создания проектных команд как прообразов коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

В процессе прохождения студентами Производственной (педагогической) практики руководитель практики от кафедры осуществляет консультирование в часы, утвержденные на кафедре МКМ.

4.3 Методические рекомендации по проведению Производственной практики

Производственная практика является составной частью основной образовательной программы высшего образования и направлена на формирование профессиональных (педагогических) компетенций выпускника. Прохождение практики оценивается в 6 зачетных единиц, на ее прохождение, согласно учебному плану направления обучения, выделяется 216 часов (4 недели).

Студент направляется для прохождения практики в организацию для участия в решении стратегически важных вопросов, связанных со сферой рекламы и связей с

общественностью. От руководителя практики в организации студент получает индивидуальное задание, связанное с его участием в мероприятиях по рекламе и связям с общественностью. Возможно прохождение практики на базе выпускающей кафедры. В этом случае студент получает индивидуальное задание от руководителя практики или от руководителя ВКР. На прохождение практики учебным планом выделяется 216 часов.

Результаты прохождения практики ложатся в основу написания студентом выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения практики:

- **студент должен научиться:** определять стратегические цели в соответствии с поставленной задачей, отчетливо осознавать собственную роль в реализации коммуникационных мероприятий как члена проектной команды (ПК-12), принимать участие в формировании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и ее работе (ПК-13);
- **студент должен овладеть:** способностью различать стратегические цели разных коммуникационных проектов в коммуникативной деятельности организации (ПК-12); методами оценки эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, навыками работы с коллективом и в коллективе при выполнении поставленной стратегической задачи (ПК-13).

В процессе прохождения практики студент получает консультации у руководителя практики в часы консультаций, утвержденные на кафедре МКМ.

4.4 Методические рекомендации по проведению преддипломной практики

Преддипломная практика завершает обучение по образовательной программе магистратуры по рекламе и связям с общественностью. Прохождение практики оценивается в 6 зачетных единиц. На прохождение практики учебным планом выделяется 216 часов (4 недели). За время прохождения практики студент должен:

1. Изучить и систематизировать накопленный за время обучения научный материал по теме своей ВКР. В связи с индивидуальным характером темы ВКР, литература, рекомендуемая для проработки отдельных вопросов практики, обговаривается индивидуально с научным руководителем.
2. На материале организации по месту прохождения практики обосновать собственный проект по рекламе и связям с общественностью.
3. Оформить реферативную и проектную части проделанной работы в письменном виде.

В результате прохождения практики:

- **студент должен научиться:** на основе проведенных научных исследований самостоятельно определять стратегические цели организации (ПК-12), руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).
- **студент должен овладеть:** способностью определять стратегические цели, навыками руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12); способностью самостоятельно, с высокой степенью ответственности, профессионально руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

В процессе прохождения практики студент получает консультации у руководителя практики в часы консультаций, утвержденные на кафедре МКМ.

5. ОТЧЕТНОСТЬ И ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

5.1. Форма отчетности о прохождении Учебной практики

Во время практики предусматривается выполнение индивидуального письменного домашнего задания, включающего развернутый ответ на один вопрос. Цель выполнения индивидуального задания – активизация восприятия учебного материала, закрепление материалов лекций, знакомство со специальной литературой.

Для сбора необходимого материала по вопросам индивидуального задания студенту выделяется дополнительное время.

Варианты заданий

1. Стратегические цели организации на разных этапах ее деятельности.
2. Коммуникационная кампания как реализация стратегической цели организации.
3. Особенности проведения коммуникационных мероприятий в сфере... (на примере нескольких организаций одной сферы).

Структура отчета по учебной практике

- титульный лист (см. Приложение 1);
- содержание;
- введение (с указанием целей и задач практики);
- основная часть:
 - характеристика проблемы, которая послужила объектом изучения студента во время прохождения практики (реферативное изложение со ссылками на научные источники);
 - развернутый ответ на вопрос индивидуального задания (по плану, согласованному с руководителем);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (если имеются).

Выполненный и оформленный отчет по учебной практике подписывается студентом и предъявляется руководителю на проверку. Отчет, удовлетворяющий предъявляемым к содержанию и оформлению требованиям, после исправления замечаний руководителя (если они имеются) допускается к защите. Защита проводится на общем собрании группы. На кафедру сдается дневник практики, оформленный по образцу (см. Приложение 2).

В случае непредоставления отчета по практике и неучастия студента в защите прохождения практики студенту не засчитывается. Однако студенту предоставляется возможность защитить разработанный им проект в период пересдачи.

5.2. Форма отчетности о прохождении Производственной (педагогической) практики

Задание, выполняемое студентом в процессе прохождения практики связано с конкретным видом практики (производственная или педагогическая), в связи с чем форма отчета может иметь вариативные составляющие (см. пп. а) и б) в предлагаемой структуре отчета по практике).

Структура отчета по производственной (педагогической) практике

Отчет по педагогической практике должен включать следующие разделы:

- титульный лист (см. Приложение 1);
- содержание;
- введение;
- основную часть:
 - характеристика учебной проблемы, круг (педагогических) проблем, связанных с работой в данном подразделении (в данной группе);
 - характеристика стандартных приемов и методов а) работы с направлением деятельности, порученным магистранту; б) обучения, традиционно используемых при ведении назначенного магистранту для прохождения практики учебного курса;
 - развернутый план спланированного мероприятия (занятия со студентами в данной учебной группе);
 - самоанализ.
- заключение;
- приложение;
- отзыв руководителя от организации (ведущего преподавателя).

Отчет, удовлетворяющий предъявляемым к содержанию и оформлению требованиям, после исправления замечаний руководителя (если они имеются) допускается к защите. Защита проводится на общем собрании группы, возможно присутствие преподавателей кафедры, наблюдавших за прохождением студентами педагогической практики. На кафедру сдается также дневник практики, оформленный по образцу (см. Приложение 2). К дневнику практики прилагается отзыв ведущего преподавателя или лица, курирующего практиканта в принимающей организации.

В случае непредоставления отчета по практике и неучастия студента в защите прохождение практики студенту не засчитывается. Однако студенту предоставляется возможность защитить свою работу в период пересдачи.

5.3. Форма отчетности о прохождении Производственной практики

Во время прохождения практики студент получает индивидуальное задание. По результатам практики составляется отчет, структура которого определяется поставленными перед студентом задачами.

Структура отчета по Производственной практике

Отчет может представлять собой реферативный обзор научной литературы по выбранной теме исследования; анализ основных тенденций в сфере рекламы и связей с общественностью (в какой-либо частной области), их обобщение и выводы студента; а также описание разработанного студентом проекта. Общая структура отчета:

- титульный лист (см. Приложение 1);
- содержание;
- введение (с указанием целей и задач практики);
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (если имеются).

Отчет, удовлетворяющий предъявляемым к содержанию и оформлению требованиям, после исправления замечаний руководителя (если они имеются) допускается к защите. Защита проводится на общем собрании группы. На кафедру сдается также дневник практики, оформленный по образцу (см. Приложение 2). К дневнику практики прилагается отзыв лица, курирующего практиканта в принимающей организации.

В случае непредоставления отчета по практике и неучастия студента в защите прохождение практики студенту не засчитывается. Однако студенту предоставляется возможность защитить разработанный им проект в период пересдачи.

5.4. Форма отчетности о прохождении Преддипломной практики

Результаты прохождения студентом Преддипломной практики ложатся в основу его выпускной квалификационной работы. В связи с этим вид выполняемого проекта имеет индивидуальный характер.

Отчет по Преддипломной практике представляет собой черновой вариант выполненной выпускной квалификационной работы.

Структура отчета по Преддипломной практике

1. Титульный лист (см. Приложение 1)
2. Содержание
3. Введение
4. Теоретическая часть
5. Описание практической разработки
6. Заключение
7. Список использованной литературы

На титульном листе должна присутствовать подпись руководителя ВКР с рекомендуемой оценкой. Основной формой отчета по Преддипломной практике является презентация проекта на предзащите ВКР.

В связи с тем, что результаты прохождения студентом преддипломной практики ложатся в основу предзащиты, на кафедру должен быть представлен дневник прохождения практики (см. Приложение 2) и отчет, подписанный руководителем магистерской диссертации.

Защита отчетов по практике проводится в сроки, установленные на заседании кафедры МКМ. В случае непредоставления отчета по практике и неучастия студента в защите прохождения практики студенту не засчитывается. Однако студенту предоставляется возможность защитить разработанный им проект в период пересдачи.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. В процессе прохождения учебной практики у студента формируются следующие компетенции:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
1	ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Владеет современной терминологией в сфере рекламы и связей с общественностью, современными методами сбора и обработки информации (в соответствии с конкретными задачами/на материале одной организации).	СРС Консультации Изучение учебно-методической и научной литературы	Презентация результатов практики
		Умеет: выявлять стратегические цели проведенных рекламных и PR-мероприятий, сопоставлять их с общими маркетинговыми целями анализируемой организации, видеть функциональную значимость использованных при их реализации коммуникативных технологий, приемов и методов (в соответствии с конкретными задачами/на материале одной организации).	СРС Консультации Изучение учебно-методической и научной литературы	Презентация результатов практики

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
2	ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Владеет методами коммуникационного анализа; навыками анализа коммуникационной инфраструктуры организации.	СРС Консультации Изучение учебно-методической и научной литературы	Презентация результатов практики
		Умеет определять эффективность коммуникационных приемов и методов, используемых в коммуникационной деятельности конкретной организации, а также отдельных рекламных и PR-мероприятий в контексте развития современных коммуникационных технологий (на материале одной организации).	СРС Консультации Изучение учебно-методической и научной литературы	Презентация результатов практики

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Наименование компетенций

ПК-12	<p>Формулировка: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий</p>
-------	---

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	<p>Владеет: современной терминологией в сфере рекламы и связей с общественностью, навыками анализа проведенных коммуникационных мероприятий.</p> <p>Умеет: видеть функциональную значимость коммуникативных технологий, приемов и методов (в соответствии с конкретными задачами/на материале одной организации).</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Владеет: современными методами сбора информации и оценки эффективности проведенных мероприятий (в соответствии с конкретными задачами/на материале одной организации), навыками проектирования коммуникационных мероприятий.</p> <p>Умеет: применять методы современных научных исследований в изучении рекламной и PR-деятельности конкретной организации.</p>
Высокий (отлично)	<p>Владеет: навыками оценки эффективности стратегического планирования рекламной и PR-деятельности организации.</p> <p>Умеет: выявлять стратегические цели проведенных</p>

	рекламных и PR-мероприятий, сопоставлять их с общими маркетинговыми целями анализируемой организации; оценивать эффективность планируемых (проведенных) рекламных и PR-мероприятий.
--	---

ПК-13	Формулировка: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	Владеет: на базовом уровне методами коммуникационного анализа; на базовом уровне навыками анализа коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: определять экономическую и коммуникативную эффективность отдельных рекламных и PR-мероприятий (на материале одной организации).
Продвинутый (хорошо)	Владеет: на продвинутом уровне навыками анализа коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: определять эффективность коммуникационных приемов и методов, используемых в коммуникационной деятельности конкретной организации.
Высокий (отлично)	Владеет: методами коммуникационного анализа; на высоком уровне навыками анализа коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: определять эффективность коммуникационных приемов и методов, используемых в коммуникационной деятельности конкретной организации, а также отдельных рекламных и PR-мероприятий в контексте развития современных коммуникационных технологий (на материале одной организации).

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала проводится итоговое занятие, на котором студенты представляют руководителю практики от кафедры результаты прохождения практики.

Умения студента оцениваются по ходу прохождения практики. Приобретенные в процессе прохождения практики навыки оцениваются по предоставляемому итоговому отчету (учитывается глубина выполненной работы, полнота раскрытия темы, способность защищать свои выводы, использовать соответствующую терминологию и проч.). Руководитель практикой от кафедры пользуется таблицей оценки уровня умений и навыков студента для определения оценки по каждой компетенции, выставляя оценки по шкале от 2 (отсутствие владения соответствующими навыками и умениями) до 5 (высокий уровень владения) (см. ПРИЛОЖЕНИЕ 3). В зачетную книжку заносится помета «зачтено» со средней арифметической оценкой, полученной студентом по всем компетенциям.

6.2. В процессе прохождения **производственной (педагогической) практики** у студента формируются следующие компетенции:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
1	ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Владеет: способностью обозначать стратегические цели для последующей разработки коммуникационных проектов в рамках студенческой группы.	Анализ научной литературы Планирование и проведение занятий со студентами (выполнение индивидуального задания)	Презентация результатов практики
		Умеет: создавать в студенческих группах проектные команды и направлять их деятельность в соответствии со стратегическими целями разрабатываемых коммуникационных мероприятий; руководить студенческими группами, занятыми в разработке и планировании коммуникационных мероприятий, применяя навыки современной педагогики.	Анализ научной литературы Планирование и проведение занятий со студентами (выполнение индивидуального задания)	Презентация результатов практики
2	ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Владеет методами современной педагогики; навыками создания проектных команд как прообразов коммуникационной инфраструктуры организации.	Анализ научной литературы Планирование и проведение занятий со студентами (выполнение индивидуального задания)	Презентация результатов практики
		Умеет руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры в пределах учебной группы.	Анализ научной литературы Планирование и проведение занятий со студентами (выполнение индивидуального задания)	Презентация результатов практики

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
Наименование компетенций

ПК-12	Формулировка: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	<p>Владеет: способностью обозначать стратегические цели для последующей разработки коммуникационных проектов в рамках студенческой группы.</p> <p>Умеет: создавать в студенческих группах проектные команды и направлять их деятельность в соответствии со стратегическими целями разрабатываемых коммуникационных мероприятий; руководить студенческими группами, занятыми в разработке и планировании коммуникационных мероприятий, применяя навыки современной педагогики.</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Владеет: способностью обозначать стратегические цели для последующей разработки коммуникационных проектов в рамках студенческой группы.</p> <p>Умеет: создавать в студенческих группах проектные команды и направлять их деятельность в соответствии со стратегическими целями разрабатываемых коммуникационных мероприятий; руководить студенческими группами, занятыми в разработке и планировании коммуникационных мероприятий, применяя навыки современной педагогики.</p>
Высокий (отлично)	<p>Владеет: способностью обозначать стратегические цели для последующей разработки коммуникационных проектов в рамках студенческой группы.</p> <p>Умеет: создавать в студенческих группах проектные команды и направлять их деятельность в соответствии со стратегическими целями разрабатываемых коммуникационных мероприятий; руководить студенческими группами, занятыми в разработке и планировании коммуникационных мероприятий, применяя навыки современной педагогики.</p>

ПК-13	Формулировка: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	<p>Владеет: методами современной педагогики; навыками создания проектных команд как прообразов коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Умеет: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры в пределах учебной группы.</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Владеет: методами современной педагогики; навыками создания проектных команд как прообразов</p>

	коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры в пределах учебной группы.
Высокий (отлично)	Владеет: методами современной педагогики; навыками создания проектных команд как прообразов коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры в пределах учебной группы.

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала проводится итоговое занятие, на котором студенты представляют руководителю практики от кафедры результаты прохождения практики.

Умения студента оцениваются по ходу прохождения практики. Приобретенные в процессе прохождения практики навыки оцениваются по предоставляемому итоговому отчету (учитывается глубина выполненной работы, полнота раскрытия темы, способность защищать свои выводы, использовать соответствующую терминологию и проч.). Руководитель практикой от кафедры пользуется таблицей оценки уровня умений и навыков студента для определения оценки по каждой компетенции, выставляя оценки по шкале от 2 (отсутствие владения соответствующими навыками и умениями) до 5 (высокий уровень владения) см. Приложение 3. В зачетную книжку заносится помета «зачтено» со средней арифметической оценкой, полученной студентом по всем компетенциям.

6.3. В процессе прохождения **Производственной практики** у студента формируются следующие компетенции:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
1	ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Владеет: способностью различать стратегические цели разных коммуникационных проектов в коммуникативной деятельности организации.	Анализ научной литературы, работа в команде, технологии проектирования	Презентация результатов практики
		Умеет: определять стратегические цели в соответствии с поставленной задачей, отчетливо осознавать собственную роль в реализации коммуникационных мероприятий как члена проектной команды.	Анализ научной литературы, работа в команде, технологии проектирования	Презентация результатов практики

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
2	ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Владеет: методами оценки эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, навыками работы с коллективом и в коллективе при выполнении поставленной стратегической задачи.	Анализ научной литературы, работа в команде, технологии проектирования	Презентация результатов практики
		Умеет: принимать участие в формировании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и ее работе.	Анализ научной литературы, работа в команде, технологии проектирования	Презентация результатов практики

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Наименование компетенций

ПК-12	Формулировка: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	Владеет: способностью определять стратегические цели коммуникационных мероприятий в коммуникативной деятельности организации. Умеет: определять стратегические цели в соответствии с поставленной задачей.
Продвинутый (хорошо)	Владеет: способностью описывать стратегические цели разных коммуникационных мероприятий в коммуникативной деятельности организации. Умеет: осознавать собственную роль в реализации коммуникационных мероприятий как члена проектной команды.
Высокий (отлично)	Владеет: способностью определять и описывать в сопоставлении стратегические цели различных коммуникационных проектов в коммуникативной деятельности организации. Умеет: определять роли членов проектной команды; отчетливо осознавать собственную роль в реализации коммуникационных мероприятий как члена проектной команды.

ПК-13	Формулировка: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	Владеет: параметрами характеристики коммуникационной инфраструктуры организации, навыками наблюдения за работой проектной команды. Умеет: принимать участие в работе коммуникационной инфраструктуры организации.
Продвинутый (хорошо)	Владеет: параметрами оценки эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, навыками работы в коллективе при выполнении поставленной стратегической задачи. Умеет: принимать участие в формировании коммуникационной инфраструктуры организации.
Высокий (отлично)	Владеет: методами оценки эффективности коммуникационной инфраструктуры организации, навыками работы с коллективом и в коллективе при выполнении поставленной стратегической задачи. Умеет: принимать участие в формировании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и ее работе.

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала проводится итоговое занятие, на котором студенты представляют руководителю практики от кафедры результаты прохождения практики.

Умения студента оцениваются по ходу прохождения практики. Приобретенные в процессе прохождения практики навыки оцениваются по предоставляемому итоговому отчету (учитывается глубина выполненной работы, полнота раскрытия темы, способность защищать свои выводы, использовать соответствующую терминологию и проч.). Руководитель практикой от кафедры пользуется таблицей оценки уровня умений и навыков студента для определения оценки по каждой компетенции, выставляя оценки по шкале от 2 (отсутствие владения соответствующими навыками и умениями) до 5 (высокий уровень владения) (см. Приложение 3). В зачетную книжку заносится помета «зачтено» со средней арифметической оценкой, полученной студентом по всем компетенциям.

6.4. В процессе прохождения **преддипломной практики** у студента формируются следующие компетенции:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
---------	-------------------------	--------------------------------------	----------------------------	------------------------------------

№ пп	Название компетенции	Составляющие действия компетенции	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
1	ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Владеет: способностью определять стратегические цели, навыками руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.	Анализ научной литературы, технологии проектирования	Презентация результатов практики
		Умеет: на основе проведенных научных исследований самостоятельно определять стратегические цели организации.	Анализ научной литературы, технологии проектирования	Презентация результатов практики
2	ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Владеет: способностью самостоятельно, с высокой степенью ответственности, профессионально руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	Анализ научной литературы, технологии проектирования	Презентация результатов практики
		Умеет: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.	Анализ научной литературы, технологии проектирования	Презентация результатов практики

УРОВНИ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Наименование компетенций

ПК-12	Формулировка: способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	Владеет: способностью определять стратегические цели, навыками проектирования и планирования коммуникационных кампаний и мероприятий. Умеет: на основе проведенных научных исследований самостоятельно определять стратегические цели организации.
Продвинутый (хорошо)	Владеет: способностью определять стратегические цели, навыками проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий. Умеет: на основе проведенных научных исследований

	самостоятельно определять стратегические цели организации; проектировать, планировать и подготавливать проведение коммуникационных кампаний и мероприятий.
Высокий (отлично)	Владеет: способностью определять стратегические цели, навыками руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий. Умеет: на основе проведенных научных исследований самостоятельно определять стратегические цели организации; проектировать, планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

ПК-13	Формулировка: способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
-------	--

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки
Пороговый (удовлетворительный)	Владеет: способностью профессионально участвовать в коммуникационной в работе инфраструктуры организации. Умеет: участвовать в работе коммуникационной инфраструктуры организации.
Продвинутый (хорошо)	Владеет: способностью самостоятельно, с высокой степенью ответственности, профессионально повышать эффективность коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
Высокий (отлично)	Владеет: способностью самостоятельно, с высокой степенью ответственности, профессионально руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

Для определения достигнутой обучающимся степени освоения материала проводится итоговое занятие, на котором студенты представляют руководителю практики от кафедры результаты прохождения практики.

Умения студента оцениваются по ходу прохождения практики. Приобретенные в процессе прохождения практики навыки оцениваются по предоставляемому итоговому отчету (учитывается глубина выполненной работы, полнота раскрытия темы, способность защищать свои выводы, использовать соответствующую терминологию и проч.). Руководитель практикой от кафедры пользуется таблицей оценки уровня умений и навыков студента для определения оценки по каждой компетенции, выставляя оценки по шкале от 2 (отсутствие владения соответствующими навыками и умениями) до 5 (высокий уровень владения) (см. Приложение 3). В зачетную книжку заносится помета «зачтено» со средней арифметической оценкой, полученной студентом по всем компетенциям.

7. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

7.1. Материально-техническое и методическое обеспечение **Учебной практики** осуществляется высшим учебным заведением. Студенту предоставляется возможность пользования учебной и учебно-методической литературой, находящейся в библиотечном фонде обучающего вуза. Кроме того, вуз обеспечивает доступ в Интернет (в т.ч. посредством технологии Wi-Fi). Используемые учебно-методические материалы

включают обучающие и контролирующие программы, наглядные пособия (таблицы, схемы и т.п.) и материалы, воспроизводимые с помощью мультимедийного оборудования.

Для обеспечения реализации программы имеются следующие материально-технические ресурсы: интернет-ресурсы, электронные учебные пособия, компьютеры, информационные носители (как текстовые, так и электронные), обычные учебники и учебные пособия на модульной основе, учебно-методические материалы.

Список основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения Учебной практики Основная литература

1. Габинская, О. С. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. - М. : ИЦ "Академия", 2010. - 240 с. : ил. ; 22 см. - (Высшее профессиональное образование). - Библиогр. в конце глав. - Гриф: допущено Умо по образованию в области маркетинга в качестве учеб. пособия для студ. вузов, обуч. по спец. "Маркетинг". - ISBN 978-5-7695-6453-6 : Экземпляры всего: 18

2. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью : учеб. / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - М. : ИЦ "Академия", 2010. - 384 с. ; 21 см. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 375-376. - Гриф: допущено Умо вузов РФ по образованию в области междунар. отношений в качестве учебника для студ. вузов, обуч. по напр. подг. (спец.) "Связи с общественностью". - ISBN 978-5-49807-560-0. - Всего: 50 экземпляров.

3. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М.: ЗАО Издательство "Аспект Пресс", 2014. - 160 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>. — ЭБС «Электронная библиотека технического вуза», по паролю.

Дополнительная литература

4. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. 2-е изд. [Электронный ресурс]/ Есикова И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 124 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5976>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

5. Кумова, С. В. Планирование рекламных кампаний : учеб. пособие для студ. спец. "Реклама", "Связи с общественностью", "Маркетинг" / С. В. Кумова ; Сарат. гос. техн. ун-т (Саратов). - Саратов : СГТУ, 2009. - 44 с. : ил. ; 21 см. - ISBN 978-5-7433-2002-8 : Экземпляры всего: 40

6. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Электронный ресурс]/ Мельникова Н.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 180 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6000>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7. Романов А.А. Управление рекламными кампаниями в СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Каптюхин Р.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 328 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10886>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8. Хапенков, В. Н. Организация рекламной деятельности : учеб. пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. - 3-е изд., стереотип. - М. : ИЦ "Академия", 2007. - 240 с. : ил. ; 22 см. - (Начальное профессиональное образование). - Библиогр.: с. 230. - Гриф: допущено М-вом образования РФ в качестве учеб. пособия для образоват. учреждений начального проф. образования. - ISBN 978-5-7695-4310-4 : Экземпляры всего: 10

9. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шпаковский

В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2015. — 128 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14071>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Периодические издания

10. ИННОВАЦИИ. МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ. ТУРИЗМ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=38787

11. КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=53739

12. КОММУНИКОЛОГИЯ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=48967

13. КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32375

Интернет – ресурсы

14. Adme.ru - <http://www.adme.ru/>

15. Агентство маркетинговых коммуникаций Adverta. – <http://www.adverta.ru>

В связи с индивидуальным характером выполняемого студентом задания список литературы может быть дополнен или сокращен руководителем практики.

Отчеты по практике проходят в аудиториях, оснащенных 1 преподавательским компьютером (AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200), современным проектором Acer P5280 для проведения занятий в интерактивной форме, интерактивной доской Interwrite School Book, маркерной доской.

7.2. Материально-техническое и методическое обеспечение Производственной (педагогической) практики осуществляется высшим учебным заведением.

Используемые учебно-методические материалы включают обучающие и контролирующие программы, наглядные пособия (таблицы, схемы и т.п.) и материалы, воспроизводимые с помощью мультимедийного оборудования.

Для обеспечения реализации программы имеются следующее материально-техническое ресурсы: интернет-ресурсы, электронные учебные пособия, компьютеры, информационные носители (как текстовые, так и электронные), обычные учебники и учебные пособия на модульной основе, учебно-методические материалы.

Список основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения Производственной (педагогической) практики

Основная литература

1. Гуревич П.С. Психология и педагогика [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ Гуревич П.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8121>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Милованова О.В. Диалог гуманитарных знаний в современной педагогике [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Милованова О.В.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Институт специальной педагогики и психологии, 2010.— 72 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29971>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Психология и педагогика : учебник / Б. З. Вульф [и др.] ; под ред. П. И. Пидкасистого. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт : ИД Юрайт, 2011. - 714 с. ; 21 см. - (Основы наук). - Библиогр. в конце глав. - Гриф: рек. Умо по спец. педагог. образования в качестве учебника по дисц. "Педагогика и психология" для студ. вузов, обуч. по непедагог. спец. - ISBN 978-5-9916-1218-0. - ISBN 978-5-9692-1152-0 :Экземпляры всего: 5

4. Самойлов В.Д. Педагогика и психология высшей школы. Андрогогическая парадигма [Электронный ресурс]: учебник/ Самойлов В.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.— 207 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16428>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

5. Слостенин, В. А. Психология и педагогика : учеб. пособие / В. А. Слостенин, В. П. Каширин. - 8-е изд., стер. - М. : ИЦ "Академия", 2010. - 480 с. : ил. ; 22 см. - (Высшее

профессиональное образование). - Библиогр.: с. 466-473. - Гриф: допущено УМО по спец. пед. образования в качестве учеб. пособия для студентов вузов непедагогического профиля. - ISBN 978-5-7695-6707-0 : Экземпляры всего: 10

6. Столяренко А.М. Общая педагогика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по педагогическим специальностям (030000)/ Столяренко А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 479 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8103>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7. Столяренко, Л. Д. Психология и педагогика : учеб. пособие / Л. Д. Столяренко, В. Е. Столяренко. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2011. - 671 с. : ил. ; 21 см. - (Основы наук). - Библиогр.: с. 667-671 (125 назв.). - Гриф: допущено М-вом образования РФ в качестве учеб. пособия по дисц. "Психология и педагогика" для студ. вузов. - ISBN 978-5-9916-1281-4 : Экземпляры всего: 15

Дополнительная литература

8. Акименко Г.В. Психология и педагогика [Электронный ресурс]: методические указания для студентов заочного отделения факультета «Экономика и управление на предприятиях»/ Акименко Г.В., Михайлова Т.М.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровская государственная медицинская академия, 2006.— 20 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6202>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

9. Джурицкий А.Н. Педагогика и образование в России и в мире на пороге двух тысячелетий. Сравнительно-исторический контекст [Электронный ресурс]: монография/ Джурицкий А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2011.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8279>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

10. Жегульская Ю.В. История социальной педагогики [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс по специальности 050711 «Социальная педагогика»/ Жегульская Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012.— 88 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29676>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

11. Иванов А.В. Социальная педагогика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Иванов А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2011.— 424 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10970>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю Громкова М.Т. Педагогика высшей школы [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Громкова М.Т.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 447 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12854>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

12. Колесникова, Г. И. Специальная психология и педагогика : учеб. пособие / Г. И. Колесникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 250 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 233-235 (33 назв.). - Гриф: рек. Международной Акад. науки и практики организации производства в качестве учеб. пособия для студентов вузов. - ISBN 978-5-222-15947-7 : Экземпляры всего: 5

13. Назарьева В.А. Педагогика [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы/ Назарьева В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Экзамен, 2008.— 173 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1109>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

14. Петрова О.О. Педагогика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Петрова О.О., Долганова О.В., Шарохина Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 191 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6322>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

15. Попков В.А. Методология педагогики [Электронный ресурс]: учебное пособие для слушателей системы дополнительного профессионального образования преподавателей высшей школы/ Попков В.А., Коржуев А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2007.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13092>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

16. Резепов И.Ш. Психология и педагогика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резепов И.Ш.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 105 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1141>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

17. Столяренко А.М. Психология и педагогика [Электронный ресурс]: учебник/ Столяренко А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 543 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15451>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

18. Столяренко, Л. Д. Психология и педагогика : учеб. / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин, В. Е. Столяренко. - 2-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 636 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 632-636 (96 назв.). - ISBN 978-5-222-16928-5 : Экземпляры всего: 20

Периодические издания

19. ПЕДАГОГИКА И СОВРЕМЕННОСТЬ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37939

20. ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИКИ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=53503

Интернет-источники

21. Педагогическая библиотека. – Режим доступа: <http://pedlib.ru/>

22. Abitur.su . – Режим доступа: <http://abitur.su/pedagogika/>

23. Uroki.net. – Режим доступа: <http://www.uroki.net/>

В связи с индивидуальным характером выполняемого студентом задания список литературы может быть дополнен или сокращен руководителем практики.

Отчеты по практике проходят в аудиториях, оснащенных 1 преподавательским компьютером (AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200), современным проектором Acer P5280 для проведения занятий в интерактивной форме, интерактивной доской Interwrite School Book, маркерной доской.

Для проведения аудиторной части педагогической практики используются лекционные и компьютерные аудитории ИНПИТ с соответствующим обеспечением (PowerPoint (Microsoft Office)).

7.3. Материально-техническое и методическое обеспечение Производственной практики осуществляется высшим учебным заведением, а также организацией, в которую студент направляется на практику. Студенту предоставляется возможность пользования учебной и учебно-методической литературой, находящейся в библиотечном фонде обучающего вуза. Кроме того, вуз обеспечивает доступ в Интернет (в т.ч. посредством технологии Wi-Fi).

Список основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения Производственной практики

Основная литература

1. Габинская, О. С. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. - М. : ИЦ "Академия", 2010. - 240 с. : ил. ; 22 см. - (Высшее профессиональное образование). - Библиогр. в конце глав. - Гриф: допущено Умо по образованию в области маркетинга в качестве учеб. пособия для студ. вузов, обуч. по спец. "Маркетинг". - ISBN 978-5-7695-6453-6. Экземпляры всего: 18

2. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. 2-е изд. [Электронный ресурс]/ Есикова И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 124 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5976>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Овчинникова Н.Н. Рекламное дело [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Овчинникова Н.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Эксмо, 2010.— 260 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1117>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

4. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Овчинникова Р.Ю.—

Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 239 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12849>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная литература

5. Алтухова, Н. В. Рекламное дело : учеб. пособие / Н. В. Алтухова ; Саратовский гос. техн. ун-т. - Саратов : СГТУ, 2006. - 160 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 107-111 (82 назв.). - ISBN 5-7433-1657-0. Экземпляры всего: 35

6. Бобылева, Е. А. Деловое общение в сфере рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. спец. 350700 "Реклама" / Е. А. Бобылева ; Сарат. гос. техн. ун-т (Саратов). - Саратов : СГТУ, 2009. - 40 с. ; 21 см. - Библиогр.: с 29-30 (25 назв.) . - ISBN 978-5-7433-2017-2. Экземпляры всего: 40

7. Колеснева Е.П. Рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям/ Колеснева Е.П., Любецкий П.Б.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, 2009.— 255 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28319>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. В. А. Алексунина. - 6-е изд. - М. : ИТК "Дашков и К", 2008. - 716 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 707-714. - Гриф: рек. М-вом образования РФ в качестве учебника для студ. вузов, обучающихся по экономическим специальностям . - ISBN 978-5-91131-843-7 : Экземпляры всего: 15

9. Овчинникова, Н. Н. Рекламное дело : учеб. пособие / Н. Н. Овчинникова. - М. : ИТК "Дашков и К", 2008. - 368 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 364-367 (52 назв.). - ISBN 978-5-91131-648-8 : Экземпляры всего: 10

10. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник для вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 7-е изд., перераб. и доп. - М. : ИТК "Дашков и К", 2005. - 526 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 520-524 (73 назв.). - Рекомендовано М-вом образования РФ. - ISBN 5-94798-426-1. Экземпляры всего: 6

11. Романов А.А. Реклама и PR [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Дианова В.А.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008.— 212 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9598>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

12. Романов А.А. Реклама. Интернет-реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Каптюхин Р.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005.— 266 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10813>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Периодические издания

13. КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=53739

14. КОММУНИКОЛОГИЯ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=48967

15. КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32375

В связи с индивидуальным характером выполняемого студентом задания список литературы может быть дополнен или сокращен руководителем практики.

Используемые в рамках курса учебно-методические материалы включают обучающие и контролирующие программы, наглядные пособия (таблицы, схемы и т.п.) и материалы, воспроизводимые с помощью мультимедийного оборудования.

Для обеспечения реализации программы имеются следующее материально-техническое ресурсы: интернет ресурсы, электронные учебные пособия, компьютеры,

информационные носители (как текстовые, так и электронные), обычные учебники и учебные пособия на модульной основе, учебно-методические материалы.

Отчеты по практике проходят в аудиториях, оснащенных 1 преподавательским компьютером (AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200), современным проектором Acer P5280 для проведения занятий в интерактивной форме, интерактивной доской Interwrite School Book, маркерной доской.

Материально-техническое обеспечение проведения практики осуществляет принимающая организация.

7.4. Учебно-методическое обеспечение Преддипломной практики осуществляется высшим учебным заведением. Студенту предоставляется возможность пользования учебной и учебно-методической литературой, находящейся в библиотечном фонде обучающего вуза. Кроме того, вуз обеспечивает доступ в Интернет (в т.ч. посредством технологии Wi-Fi).

**Список основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения
Преддипломной практики
Основная литература**

1. Габинская, О. С. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / О. С. Габинская, Н. В. Дмитриева. - М. : ИЦ "Академия", 2010. - 240 с. : ил. ; 22 см. - (Высшее профессиональное образование). - Библиогр. в конце глав. - Гриф: допущено Умо по образованию в области маркетинга в качестве учеб. пособия для студ. вузов, обуч. по спец. "Маркетинг". - ISBN 978-5-7695-6453-6. Экземпляры всего: 18
2. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. 2-е изд. [Электронный ресурс]/ Есикова И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 124 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5976>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Китчен Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 454 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15434>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью : учеб. / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - М. : ИЦ "Академия", 2010. - 384 с. ; 21 см. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 375-376. - Гриф: допущено Умо вузов РФ по образованию в области междунар. отношений в качестве учебника для студ. вузов, обуч. по напр. подг. (спец.) "Связи с общественностью". - ISBN 978-5-49807-560-0. - Всего: 50 экземпляров.
5. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Овчинникова Р.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 239 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12849>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М.: ЗАО Издательство "Аспект Пресс", 2014. - 160 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>. — ЭБС «Электронная библиотека технического вуза», по паролю.

Дополнительная литература

7. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной. 25 беспроигрышных идей [Электронный ресурс]/ Васильева Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 156 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5998>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8. Колеснева Е.П. Рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям/ Колеснева Е.П., Любецкий П.Б.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, 2009.— 255 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28319>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
9. Кумова, С. В. Планирование рекламных кампаний : учеб. пособие для студ. спец. "Реклама", "Связи с общественностью", "Маркетинг" / С. В. Кумова ; Саратов. гос. техн. ун-т (Саратов). - Саратов : СГТУ, 2009. - 44 с. : ил. ; 21 см. - ISBN 978-5-7433-2002-8 : Экземпляры всего: 40
10. Лебедев-Любимов, А. Н. Психология рекламы : учеб. пособие / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд. - СПб. [и др.] : Питер, 2008. - 384 с. : ил. ; 24 см. - (Мастера психологии). - Библиогр.: с. 374-384. - ISBN 978-5-469-01094-4. Экземпляры всего: 12
11. Музыкант, В. Л. Реклама в действии: стратегии продвижения : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. - М. : ЭКСМО, 2007. - 240 с. : ил. ; 21 см. - (Академия рекламы). - Библиогр.: с. 232-236 (150 назв.). - Гриф: рек. М-вом образования и науки РФ в качестве учеб. пособия для студ. вузов, обучающихся по спец. 032401(350700) - Реклама и 080111(061500) - Маркетинг. - ISBN 978-5-699-20783-1. Всего: 10 экземпляров.
12. Романов А.А. Реклама. Интернет-реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Каптюхин Р.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005.— 266 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10813>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
13. Шамхалова С.Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей. 2-е изд. [Электронный ресурс]/ Шамхалова С.Ш.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 140 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5986>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
14. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В.— Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2015. — 128 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14071>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Периодические издания

15. КОММУНИКАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=53739
16. КОММУНИКОЛОГИЯ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=48967
17. КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ. – Режим доступа: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32375

В связи с индивидуальным характером темы ВКР, литература, рекомендуемая для проработки отдельных вопросов практики, обговаривается индивидуально с научным руководителем, а также с руководителем практикой от кафедры.

Используемые в рамках курса учебно-методические материалы включают обучающие и контролирующие программы, наглядные пособия (таблицы, схемы и т.п.) и материалы, воспроизводимые с помощью мультимедийного оборудования.

Для обеспечения реализации программы имеются следующие материально-технические ресурсы: интернет ресурсы, электронные учебные пособия, компьютеры, информационные носители (как текстовые, так и электронные), обычные учебники и учебные пособия на модульной основе, учебно-методические материалы.

Отчеты по практике проходят в аудиториях, оснащенных 1 преподавательским компьютером (AMD Athlon 64x2 Dual core 5000+ (2 cpu)/2Gb/150Gb/817Mb/Nvidia GeForce 8200), современным проектором Acer P5280 для проведения занятий в интерактивной форме, интерактивной доской Interwrite School Book, маркерной доской.

Программа практики выдается студенту до прохождения практики с тем, чтобы студент мог обратить особое внимание на те вопросы, которые он должен осветить при выполнении индивидуального задания.

Программа практики до прохождения практики также предоставляется по требованию представителя принимающей организации для согласования вопросов содержания практики и календарного графика ее прохождения.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет
имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Медиакоммуникации»

ОТЧЕТ **о прохождении учебной практики**

Студентки 1 курса
Форма обучения очная
Институт ИНПИТ
Специальность «Реклама и связи с
общественностью»
Квалификация Магистр
Номер зачетной книжки 120916
Ф.И.О. Кучинская Алиса Алексеевна

Руководитель практики _____

Ф.И.О. _____

Отметка о зачете _____

Подпись преподавателя _____

Саратов ____

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Медиакоммуникации»

РАБОЧИЙ ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

Студента группы м2-РКЛМ-11

Ивановой Светланы Владимировны
Ф.И.О.

ПРЕДПИСАНИЕ

на _____ практику

Студент Иванова Светлана Владимировна
Направление Реклама и связи с общественностью
Курс, группа 1, м2-РКЛМ-11
Направляется на _____ практику на (в) _____

Срок практики с _____ по _____ г.

Основание: Приказ СГТУ имени Гагарина Ю.А № _____ от _____ г.

Индивидуальное задание

Формулировка _____

Руководитель практики от кафедры _____

График прохождения практики Примерный регламент работ

№ п.п.	Наименование работ, заданий	Рабочее место (отдел)	Количество дней
1	Дать общую характеристику		14
2	Провести сравнительный анализ		7
3	Осуществить		7

Руководитель практики от кафедры _____

Учет работы студента-практиканта

Дата	Рабочее место (отдел)	Наименование выполненных работ	Замечания и подпись руководителя практики
------	-----------------------	--------------------------------	---

		Дать общую характеристику	
		Провести сравнительный анализ	
		Осуществить	

Заключение руководителя практики

В период с _____ по _____ года Иванова Светлана Владимировна проходила практику на _____

Согласно поставленной задаче, Иванова С.В.

____. Также на основании анализа литературы и источников представила _____

Составляющая компетенции	ПК-12	ПК-13
Навыки		
Умения		

Итоговая оценка по практике – «_____»

Подпись _____ / _____ / Дата _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Пример заполнения оценочной таблицы по практике

Составляющая компетенции	ПК-12	ПК-13
Навыки	4	3
Умения	4	4

Итоговая оценка по практике – «хорошо»

Шкала оценивания результатов:

- ✓ не зачтено
- ✓ зачтено (удовлетворительно) (пороговый уровень)
- ✓ зачтено (хорошо) (продвинутый уровень)
- ✓ зачтено (отлично) (высокий уровень)