

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

Сертификат: 029405EA0079B1609A42A43133C5FEFA3A

Владелец: "АНО ВО "РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ", И.О.

Действителен: с 23.05.2024 по 23.08.2025

«Российский новый университет»

Колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ)
ПРАКТИКИ**

для специальности среднего профессионального образования


42.02.01 Реклама

Москва 2024

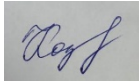
Одобрено предметной (цикловой) комиссией по специальности
42.02.01 Реклама

Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта для специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № 552, и учебного плана программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Протокол №6
от «12» января 2024 г.
Председатель предметной (цикловой) комиссии

 / Баруздин А. А.

Зам. директора по учебно-методической работе

 / Козловская О. В.

Составитель (автор): Баруздин Анатолий Анатольевич, преподаватель первой квалификационной категории колледжа АНО ВО «РосНОУ»

Согласовано: Фролова Н. С., директор по маркетингу ООО «Юникосметик»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ.....	10
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ.....	11
4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ.....	13
5.ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	21
6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ.....	22
7. ПРИЛОЖЕНИЕ	

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

ВД 1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп.

ПК 1.2. Проведение анализа объёма рынка.

ПК 1.3. Проведение анализа конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ВД 2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных формах.

ВД 3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

ВД 4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

ВД 5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп.

ПК 1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выявления основных и второстепенных конкурентов;

- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- проведения анализа рынка;
- проведения качественных аналитических исследований рынка;
- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования;
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды;
- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций;
- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет;
- подбора и использования оффера;
- разработки рекламной кампании в сети Интернет;
- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
- реализации рекламной кампании в сети Интернет;
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом Уникального Торгового Предложения (УТП);
- поиска и подбора оригинального нейма и слогана;
- определения оригинальной идеи для рекламной кампании;
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом инсайта для РК;
- определения оригинальной идеи для рекламной кампании;
- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом инсайта для РК;
- оформления текстовых и графических документов;
- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;
- создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом, поставленных задач в области рекламы;
- выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих;
- уметь:**
- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;
- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований;
- уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании;
- производить качественные аналитические исследования рынка;
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;

- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки;
- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач;
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);
- определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций;
- составлять полнофункциональные брифы на РК с учётом результатов анализа рынка и конкурентной среды;
- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;
- создавать план РК с учётом поставленных целей и задач;
- осуществлять медиапланирование;
- определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета;
- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;
- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;
- использовать приёмы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении рекламных мероприятий;
- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет;
- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;

- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учётом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- использовать поисковые системы интернета
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические материалы рекламного характера;

- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
 - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
 - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
 - создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
 - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
 - использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
 - повышать информационную наглядность сайтов;
 - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
 - выполнять должностные обязанности рекламного агента;
- знать:**
- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
 - аудиторию различных средств рекламы;
 - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
 - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;
 - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;
 - отраслевую терминологию;
 - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
 - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;
 - основ маркетинга;
 - принципов выбора каналов коммуникации;
 - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
 - важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий;
 - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.
 - методики рекламного планирования;
 - инструментов рекламного планирования;
 - систему маркетинговых коммуникаций;
 - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
 - принципы выбора каналов коммуникации;
 - аудиторию различных средств рекламы;
 - отраслевую терминологию;
 - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
 - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
 - принципы стратегического и оперативного планирования РК;
 - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;
 - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
 - принципы функционирования современных социальных медиа;
 - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
 - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
 - важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей;
 - важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;
 - логику и структуру плана рекламной кампании;
 - логику и структуру медиаплана;
 - структуру брифа и требования к нему;
 - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании;
 - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
 - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;

- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
- структуру брифа и требования к нему;
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- отраслевую терминологию;
- важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов;
- должностные обязанности рекламного агента.

1.3 Количество часов на производственную (преддипломную) практику

Производственная (преддипломная) практика по специальности 42.02.01 «Реклама» проводится на завершающем этапе подготовки рекламных агентов после освоения программ профессиональных модулей, освоения теоретического и практического обучения и сдачи обучающимися всех видов промежуточной аттестации, предусмотренных ФГОС СПО по данной специальности.

Производственная (преддипломная) практика проводится в течение 4 недель, или 144 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной (преддипломной) практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, в том числе профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Определение целевой аудитории и целевых групп.
ПК 1.2	Проведение анализа объёма рынка.
ПК 1.3	Проведение анализа конкурентов.
ПК 1.4	Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.1	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3	Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
ПК 4.1	1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Наименование разделов и тем практики	Содержание учебного материала (дидактические единицы)	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	
Ознакомление с организацией	История развития, организационно-правовая форма; Отраслевая принадлежность организации; Ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции; Производственная и управленческая структура организации; Техническое оснащение, технологические процессы. Правила внутреннего распорядка, охраны труда и окружающей среды в организации.	18	3
Выбор художественной формы реализации рекламной идеи.	Описание возможных решений при создании рекламного продукта, услуги. Разработка и создание дизайна различных видов рекламной продукции-плакатов, информационных листовок, объявлений, буклетов, фирменного стиля и др.	18	3
Создание визуального образа с рекламными функциями.	Описание выразительных и художественно-образительных средств рекламы, приёмов и принципов составления рекламного текста. Создание и формирование рекламного текста для разработанной рекламной продукции компании.	18	3
Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.	Описание основных инструментов, оборудования и основных изобразительных средств и материалов, используемых при исполнении рекламного продукта. Разработка серии рекламных плакатов для организации.	18	3
Подготовка к производству рекламного продукта.	Описание основных этапов технологии разработки и производства рекламной продукции в организации. Создание и подготовка к производству рекламного продукта по заданию руководителя производственной практики от организации.	18	3
Выявление требований целевых групп потребителей	Проведение анализа целевой группой потребителей рекламной организации. Разработка предложений по расширению целевых групп потребителей.	18	3

Разработка маркетинговой части бизнес-плана.	Описание внешнего окружения: STEP факторы, которые влияют на деятельность рекламной организации. Разработка маркетинговой части бизнес-плана рекламной организации.	18	3
Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	Изучение и описание осуществления функции контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации. Разработка системы мероприятий по совершенствованию контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.	18	3

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

4.1. Общие требования к организации производственной (преддипломной) практики

На производственную (преддипломную) практику допускаются обучающиеся, полностью выполнившие учебный план и не имеющие задолженности.

Производственная (преддипломная) практика обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама» имеет целью практическую апробацию и закрепление знаний, полученных в процессе теоретического обучения.

На практике обучающиеся должны исследовать организацию, являющуюся базой практики, соотнести полученные теоретические знания с конкретным опытом, получить необходимые практические навыки ведения бухгалтерского учёта.

Обязательным условием допуска к производственной (преддипломной) практике является освоение учебного материала и учебной практики для получения первичных, профессиональных умений и навыков, производственной практики, освоенных профессиональных и общих компетенций, в рамках профессиональных модулей:

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

4.2. Обязанности руководителя практики от учебного заведения

Преподаватель колледжа, назначенный руководителем практики обучающихся:

обеспечивает проведение всех организационных мероприятий перед выездом обучающихся на практику (инструктаж, выдачу договора, индивидуального задания);

– устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними составляет рабочую программу проведения практики;

– разрабатывает тематику индивидуальных заданий;

– принимает участие в распределении обучающихся по рабочим местам или перемещении их по видам работ;

– осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и её содержанием в соответствии с утверждённой программой и индивидуальным заданием;

– оказывает обучающимся методическую помощь при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов;

– несёт ответственность совместно с руководителем практики от организации за создание на базах практики нормальных условий труда обучающихся и за соблюдение ими правил техники безопасности;

– руководит научно-исследовательской работой обучающихся в соответствии с индивидуальным заданием;

– оценивает результаты выполнения обучающимися программы практики, проверяет отчёт о прохождении практики, даёт отзыв о работе;

– принимает участие в работе комиссии по защите отчётов.

4.3. Обязанности руководителя практики от организации

В соответствии с заключённым с колледжем договором, руководитель практики от предприятия:

- организует практику обучающихся в полном соответствии с положением и программой (заданием) практики.
 - совместно с руководителем практики от колледжа, при участии обучающихся разрабатывает индивидуальные календарные планы-графики прохождения практики.
 - оказывает содействие в сборе, систематизации и анализе первичной информации по индивидуальному заданию.
 - предоставляет возможность обучающимся по мере необходимости пользоваться вычислительной техникой.
 - оказывает обучающимся содействие в выборе и уточнении тем дипломных работ, представляющих практический интерес для предприятия.
 - обеспечивает обучающихся необходимыми консультациями по всем вопросам, входящим в задание по практике, с привлечением специалистов предприятия.
 - контролирует выполнение обучающимися задания на практику и правила внутреннего распорядка.
- по окончании практики даёт характеристику о работе обучающихся с оценкой освоения общих и профессиональных компетенций.

4.4. Права и обязанности обучающихся в период практики

При прохождении практики обучающиеся имеют право:

- получать необходимую информацию для выполнения задания;
- пользоваться библиотекой предприятия и с разрешения главных специалистов и руководителей подразделений информационными фондами и техническими архивами предприятия;
- получать компетентную консультацию специалистов предприятия по вопросам, предусмотренным заданием на практику;
- с разрешения руководителя практикой от предприятия и руководителя подразделения пользоваться вычислительной и оргтехникой для обработки информации, связанной с выполнением задания по практике
- пользоваться услугами подразделений непромышленной инфраструктуры предприятия (столовой, спортсооружениями и т. п.)

В период практики обучающиеся обязаны:

- полностью и самостоятельно выполнять задания, предусмотренные программой и календарным планом практики;
- осуществить сбор, систематизацию, обработку и анализ первичной экономико-управленческой информации и иллюстративных материалов
- регулярно вести записи в дневнике практики о характере выполняемой работы и заданиях и своевременно представлять его для контроля руководителям практики;
- выполнять существующие на предприятии правила внутреннего распорядка, строго соблюдать правила охраны труда;
- обеспечить необходимое качество и нести равную со штатными работниками ответственность за выполняемую работу по плану подразделения и её результаты;
- представить руководителю практики отчёт о выполнении задания в полном объёме и защитить его.

За невыполнения задания по практике в установленный срок обучающийся получает неудовлетворительную оценку, за что к нему применяются санкции как к неуспевающему, вплоть до отчисления из колледжа.

При нарушении обучающихся трудовой дисциплины и правил внутреннего распорядка предприятия, он может быть отстранён от прохождения практики, о чём сообщается заместителю директора по учебной работе и производственному обучению и по их предложению директор может рассматривать вопрос об отчислении обучающихся из колледжа.

4.5. Общие требования к оформлению и защите отчёта по производственной (преддипломной) практике

По завершении практики обучающихся в трёхдневный срок представляют руководителю практики от колледжа (преподавателю):

- заполненный по всем разделам дневник практики, подписанный руководителями практики от колледжа и от предприятия, заверенный печатью предприятия;
- отзыв (характеристику) руководителя практики от предприятия о работе обучающихся в период практики с оценкой уровня и оперативности выполнения им задания по практике, отношения к выполнению программы практики, заверенный подписью и печатью;
- отчёт по практике, включающий текстовые, табличные материалы, первичные документы, учётные регистры, машинограммы, отражающие решение предусмотренных программой практики задач. Титульный лист отчёта должен быть подписан самим обучающимся, руководителями от колледжа и предприятия.

Дневник практики является основным отчётным документом, характеризующим и подтверждающим прохождение обучающимся преддипломной практики, в котором отражается его текущая работа в процесс практики:

- выданное обучающемуся индивидуальное задание и сбор материалов;
- календарный план выполнения обучающимся программы практики с отметками о полноте и уровне его выполнения (план составляется совместно с руководителями практики от колледжа и предприятия);
- анализ состава и содержания выполненной обучающимся практической работы с указанием от предприятия;
- перечень и аннотированный обзор использованной обучающимся научной литературы (монографии, научные сборники и статьи, реферативные издания) и нормативных материалов;
- выводы и предложения обучающегося по практике;
- краткая характеристика и оценка работы обучающегося в период практики руководителем практики от предприятия.

К характеристике прилагаются сведения о формировании компетенций.

4.6. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Агрatina, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Агрatina. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16253-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530674> (дата обращения: 30.04.2024).

2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542333> (дата обращения: 30.04.2024).

3. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09111-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537946> (дата обращения: 22.04.2024).

4. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535175> (дата обращения: 24.04.2024).

5. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2024. — 521 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18934-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555115> (дата обращения: 30.04.2024).

6. Домнин, В. Н. Бренддинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543698> (дата обращения: 30.04.2024).

7. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555773> (дата обращения: 30.04.2024).

8. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937> (дата обращения: 24.04.2024).

9. Ильина, Т. В. История отечественного искусства. От крещения Руси до начала третьего тысячелетия : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 354 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07319-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515688> (дата обращения: 30.04.2024).

10. Ильина, Т. В. История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 330 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07318-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515686> (дата обращения: 30.04.2024).

11. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 30.04.2024).

12. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543214> (дата обращения: 24.04.2024).

13. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555698> (дата обращения: 24.04.2024).

14. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760> (дата обращения: 30.04.2024).

15. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458> (дата обращения: 30.04.2024).

16. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. —

431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538424> (дата обращения: 30.04.2024).

17. Леонов, Н. И. Психология общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10454-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541184> (дата обращения: 22.04.2024).

18. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542275> (дата обращения: 24.04.2024).

19. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542134> (дата обращения: 24.04.2024).

20. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09247-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541078> (дата обращения: 30.04.2024).

21. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 30.04.2024).

22. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789> (дата обращения: 30.04.2024).

23. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08096-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540378> (дата обращения: 24.04.2024).

24. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18732-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545453> (дата обращения: 30.04.2024).

25. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530298> (дата обращения: 30.04.2024).

Дополнительные источники:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Обра-

зовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368> (дата обращения: 30.04.2024).

2. Вёльфлин, Г. Основные понятия истории искусств / Г. Вёльфлин ; переводчик А. А. Франковский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 296 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-05288-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515492> (дата обращения: 30.04.2024).

3. Ильина, Т. В. История искусства : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517369> (дата обращения: 30.04.2024).

4. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16845-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544963> (дата обращения: 30.04.2024).

5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536809> (дата обращения: 30.04.2024).

6. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16159-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541809> (дата обращения: 22.04.2024).

7. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545455> (дата обращения: 30.04.2024).

8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538481> (дата обращения: 30.04.2024).

9. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17889-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536717> (дата обращения: 22.04.2024).

10. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515812> (дата обращения: 30.04.2024).

11. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545519> (дата обращения: 30.04.2024).

12. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545088> (дата обращения: 30.04.2024).

13. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517147> (дата обращения: 30.04.2024).

14. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. А. Толкачев [и др.] ; под редакцией С. А. Толкачева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 577 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19004-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555721> (дата обращения: 30.04.2024).

15. Шимко, П. Д. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Д. Шимко. — 5-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18815-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551726> (дата обращения: 30.04.2024).

Нормативные документы (в действующей редакции (на момент изучения дисциплины)):

1. Конституция РФ принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) (с поправками от 30 декабря 2008 г., 5 февраля, 21 июля 2014 г.)

2. Трудовой кодекс РФ редакция ТК РФ от 20.12.2017 с изменениями, вступившими в силу с 01.01.2018

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (КоАП РФ) первоначально был опубликован в "Российской газете", N 256, 31.12.2001, от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 03.08.2018)

4. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-13032006-n-38-fz-o/?yclid=7175602170280033239>

5. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) "О средствах массовой информации" Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/zakon-rf-ot-27121991-n-2124-1-o/>

6. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018). Глава 70. АВТОРСКОЕ ПРАВО Режим доступа: <http://legalacts.ru/kodeks/GK-RF-chast-4/>

Периодические издания:

1. Журналы: Индустрия рекламы, Рекламные технологии, Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations, Наружка, BTL-magazine, Практика рекламы, Индустрия рекламы, Маркетинг Менеджмент, Управление компанией.

Интернет-ресурсы:

1. Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс] URL: <http://www.akarussia.ru>

2. Виртуальный художественно-исторический музей [Электронный ресурс] URL: <http://smallbay.ru/>

3. «Маркетинг журнал 4p.ru» [Электронный ресурс] URL: www.4p.ru

4. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение [Электронный ресурс] URL: <http://www.iaa.ru/15>

5. Научная электронная библиотека (НЭБ) [Электронный ресурс] URL: www.elibrary.ru

6. Национальная ассоциация журналистов Медиакратия [Электронный ресурс] URL: www.mediacraticia.ru

7. Новости Всемирной новостной и газетной ассоциации
[Электронный ресурс] URL: www.WAN-PRESS.RU
8. Новости рекламы и маркетинга
[Электронный ресурс] URL: adindex.ru
9. Новостной портал
[Электронный ресурс] URL: www.smi.ru
10. Образовательный портал РосНОУ
[Электронный ресурс] URL: <http://cis.rosnou.ru>
11. «Портал о рекламе «Advertology»
[Электронный ресурс] URL: www.advertology.ru
12. «Практика Рекламы»
[Электронный ресурс] URL: www.prosmi.ru
13. Рекламный совет России
[Электронный ресурс] URL: www.a-z.ru/assoc/osr
14. Сайт Медиа Гид
[Электронный ресурс] URL: www.mediaguide.ru
15. Словари и энциклопедии
[Электронный ресурс] URL: <http://dic.academic.ru>
16. Федеральная антимонопольная служба
[Электронный ресурс] URL: www.fas.gov.ru
17. Электронная библиотека «Рукопт»:
[Электронный ресурс] URL: www.rucont.ru
18. Электронная библиотека учебников
[Электронный ресурс] URL: <http://studentam.net/>
19. Электронная библиотека «Юрайт»
[Электронный ресурс] URL: <https://biblio-online.ru>
20. Электронный каталог Российской государственной библиотеки [Электронный ресурс]
URL: <http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/>
21. Электронный научный журнал «Медиаскоп»
[Электронный ресурс] URL: www.mediascope.ru
22. Электронный ресурс ЭБС «Университетская библиотека онлайн»:
2. [Электронный ресурс] URL: www.biblioclub.ru

5. ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Прохождение учебной практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Положением о порядке обучения студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утверждённым приказом ректора от 6 ноября 2015 года № 60/о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от 20 мая 2016 года № 187/о.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учётом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приёма-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Для проведения производственной (преддипломной) практики предусматривается следующая документация:

- годовой учебный план проведения практики;
- график учебной практики;
- рабочая программа учебной практики;
- договоры (соглашения) образовательной организации с базовыми организациями и предприятиями (*Приложение 1*);
- приказ о закреплении обучающихся по базам практики и назначении руководителей практикой от образовательной организации и предприятий (*Приложение 2*);
- дневник практики(*Приложение 4*);
- отчёты по практике (*Приложение 5*);
- характеристика обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики (*Приложение 6*);
- инструктаж по безопасным методам работы, промсанитарии и противопожарной безопасности (*Приложение 7*);
- индивидуальное задание по практике (*Приложение 8*);
- отчёты руководителей учебной практики (*Приложение 9*).

Формой отчётности обучающихся по преддипломной практике является письменный отчёт о выполнении работ и приложений к отчёту, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей, заполненного дневника и характеристики руководителя практики от предприятия.

Обучающийся после прохождения практики по графику защищает отчёт по практике. По результатам защиты обучающихся отчётов выставляется зачёт по практике.

Практическая часть отчёта включает расчёты, бухгалтерские проводки и заполненные бланки отчётности в соответствии со структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчётом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития следующих общих компетенций обучающегося:

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
- Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
- Брать на себя ответственность за работу членов команды за результат выполнения заданий
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчётных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т. п.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
1	2	3
ПК 1.1-1.4 ПМ. 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов; - полнота и точность анализа рынка; - демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламного рынка; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования рынка; - способность осуществлять сбор, систематизацию, обработку, стратегический анализ и оценку конкурентной среды; - аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов. 	Собеседование, оценка отчёта преддипломной практики.
ПК 2.1-2.2	- адекватность и полнота разработанных	Собеседование, оценка

<p>ПМ. 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>	<p>планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы; - качество анализа рынка и целевой аудитории; - чёткость и структурированность презентации; - соответствие планов установленным форматам; - убедительность аргументации; - понимание стратегической направленности.</p>	<p>отчёта преддипломной практики.</p>
<p>ПК 3.1-3.3 ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.</p>	<p>- определять и классифицировать рекламу; - применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учётом стандартов компетенции «Реклама»; - выстраивать каналы рекламной коммуникации с учётом стандартов компетенции «Реклама»; - работать с нормативными документами в области рекламы; - выбирать носители рекламы с учётом финансовых возможностей организации и целесообразности с учётом стандартов компетенции «Реклама»; - определять участников рекламной деятельности и их функции; - проводить классификацию рекламы; - понимать процесс рекламной коммуникации с учётом стандартов компетенции «Реклама»; - знать виды и формы рекламы, рекламные кампании с учётом стандартов компетенции «Реклама»; - обладать знаниями о понятии и основах брендинга;</p>	<p>Собеседование, оценка отчёта преддипломной практики.</p>
<p>ПК 4.1- 4.3 ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.</p>	<p>- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль; - художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта;</p>	<p>Собеседование, оценка отчёта преддипломной практики.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики; - обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: актуальность; степень достижения поставленной цели; креативность; изобразительная ценность; обоснованность выводов и предложений; характер (авторский или компилятивный); использование смежных технологий и материалов; эффективность. 	
<p>ПК 1.1, 1.4, 2.1 ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализ требований целевых групп потребителей с использованием, средств исследования рынка; - полнота и точность выявления целевых групп; - обоснованность решений при определении метода проведения исследования; - демонстрация умений поиска и применения нормативных документов. - аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов. - адекватность и полнота разработанных планов; - умение определить цели и задачи кампании; - способность выбрать стратегические подходы. 	<p>Собеседование, оценка отчёта преддипломной практики.</p>

**Договор № _____
об организации и проведении практик**

Москва

« ____ » _____ 202__ г.

(полное наименование предприятия (организации))

именуемое в дальнейшем «Организация», в лице _____
(наименование) (должность)

_____, действующего на основании _____, с одной
(фамилия и инициалы) (Устава, доверенности № ____ дата)

стороны, и Автономная некоммерческая организация высшего образования «Российский новый университет», именуемая в дальнейшем «Университет», в лице проректора по учебной работе

_____, действующего на основании доверенности № ____ от _____
(фамилия и инициалы)

с другой стороны, в дальнейшем именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. В соответствии с настоящим Договором Стороны осуществляют взаимодействие по вопросам прохождения учебной, производственной, в том числе преддипломной, практик студентами Университета, обучающихся по следующим направлениям (специальностям) среднего профессионального и высшего образования:

(код, наименование направления (специальности) подготовки)

в количестве до ____ чел. по каждому указанному направлению (специальности), проводимых непрерывно в сроки, согласованные Сторонами.

Практики в Организации проводятся в целях закрепления освоенной студентами программы профессионального образования на основании разработанных Университетом программ практик в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов по соответствующему направлению (специальности) подготовки, а также получения ими практических знаний и навыков профессиональной деятельности.

1.2. Организация обязуется принять для прохождения практик студентов, направленных Университетом, а Университет - направить студентов на практики в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком.

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1. Предоставить места для прохождения указанных в п. 1.1 видов практик, студентам Университета в соответствии с учебными планами и календарными учебными графиками.

2.1.2. Создать необходимые условия для выполнения студентами программы практики.

2.1.3. Из числа наиболее квалифицированных работников назначить руководителя (руководителей) практик и проинформировать о кандидатурах руководителя (руководителей) практик Университет.

Руководитель практики:

2.1.3.1. согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;

2.1.3.2. предоставляет рабочие места обучающимся;

2.1.3.3. обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

2.1.3.4. проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка;

2.1.3.5. совместно с руководителем практики от Университета составляет совместный рабочий график (план) проведения практики.

2.1.4. Предоставить студентам возможность пользоваться необходимыми материалами, не составляющими коммерческую тайну, которые могут быть использованы в написании отчётного материала по прохождению практики.

2.2. Университет обязан:

2.2.1. Не позднее, чем за две недели до начала практики представить Организации пофамильный список студентов, направляемых на практики.

2.2.3. Направить студентов на практики в Организацию в сроки, предусмотренные календарным планом её проведения.

2.2.4. Принимать соответствующие меры реагирования в отношении студентов, нарушающих: правила внутреннего распорядка Организации, правила охраны труда, трудовую дисциплину, технику безопасности и пожарную безопасность.

2.2.5. Назначить руководителей практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу, имеющих опыт практической подготовки студентов.

Руководитель практики:

2.2.5.1. составляет рабочий график (план) проведения практики;

2.2.5.2. разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики, в зависимости от её вида;

2.2.5.3. участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в Организации;

2.2.5.4. осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным образовательной программой по направлению (специальности) подготовки;

2.2.5.5. оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

2.2.5.6. оценивает результаты прохождения практики обучающимися;

2.2.5.7. совместно с руководителем практики от Организации составляет совместный рабочий график (план) проведения практики.

3. Ответственность Сторон

Стороны несут ответственность за невыполнение своих обязательств по настоящему договору в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4. Срок действия договора

4.1. Настоящий Договор заключён сроком до «____» _____ 202__ г. и может быть изменён или расторгнут по инициативе любой из Сторон.

Договор считается пролонгированным на неопределённый срок, если ни одна из Сторон за один месяц до наступления даты окончания договора письменно не заявит о своём намерении расторгнуть данный договор.

4.2. Настоящий Договор вступает в силу с даты его подписания Сторонами.

5. Прочие условия

5.1. Договор, заключённый между Сторонами, является безвозмездным. Действия, обязанность выполнения которых возложена на Стороны по ст. 1 настоящего Договора, не оплачиваются.

5.2. Споры и разногласия, возникающие в процессе выполнения настоящего Договора, разрешаются путём переговоров Сторон.

5.3. Все приложения к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

5.4. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон.

6. Адреса и подписи Сторон

Университет

Организация

АНО ВО «Российский новый университет»

Юридический и фактический адрес:

105005, г. Москва, ул. Радио, 22

ИНН/КПП 7709469701/770901001

р/сч. 40703810738090103968

в ПАО «Сбербанк России» г. Москвы

к/сч. 30101810400000000225

БИК 044525225

Тел./факс 925-03-84, 434-66-05.

(полное наименование предприятия (организации))

Юридический адрес: _____

Фактический адрес: _____

ИНН _____

р/с _____

к/сч _____

БИК _____

Тел./факс _____

_____ (ФИО) _____ (ФИО)

МП

МП

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

ПРИКАЗ

«__» _____ 20__ г.

№ _____

Москва

О практике обучающихся

В соответствии с учебным планом специальности подготовки по

_____ (код и наименование специальности)

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Организовать _____ (вид и тип практики)

практику обучающихся _____ курса _____ формы обучения по
(очной, очно-заочной, заочной)

специальности _____ колледжа

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

2. Направить для прохождения практики в:

№п/п	Наименование организации	ФИО студента	ФИО, должность руководителя практики от колледжа	ФИО, должность руководителя практики от профильной организации (по согласованию)*
1.		1. 2. 3.		

			
2.		1.		
			

3. Руководителю практики от колледжа _____ принять отчетность по практике "___" _____ 202__ г.

4. Содержание настоящего приказа довести до сведения преподавателей и обучающихся колледжа в части их касающейся.

5. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя директора колледжа по учебно-производственной работе Мальчевскую И.Ю.

Проректор по учебной работе

И. В. Дарда

Согласовано:

Директор колледжа

Н. Ф. Хохлова

Приложение 3

Аттестационный лист по (вид практики) практике

Студент _____
(фамилия, имя, отчество)

обучающий (аяся) на ___ курсе по специальности СПО (код и специальность) успешно прошёл(ла) (вид практики) практику по профессиональному модулю ПМ.00 Наименование профессионального модуля в объёме _____ часа с «___» _____ 202__ г. по «___» _____ 202__ г. в организации

(наименование организации)

Наименование профессиональных компетенций осваиваемых в период (вид практики) практики

Наименование профессиональных компетенций	Уровень освоения профессиональных компетенций (от 1 до 5 баллов)
ПК 1.1.	
ПК 1.2.	
ПК 1.3.	
ПК 1.4.	
ПК 1.5.	
ПК 1.6.	
ПК 1.7.	
ПК 1.8.	
ПК 1.9.	
ПК 1.10.	
Итоговая оценка компетенций	

--	--

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Подпись ответственного лица _____
организации (базы практики) _____ ФИО/должность

М.П.

Подпись руководителя
практики от колледжа _____
_____ ФИО/должность

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(АНО ВО «Российский новый университет»)

КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

_____ практики
обучающегося

(фамилия, имя, отчество)

Группа _____

Руководитель практики _____

Учебный год 202__ __-202__ __

**II. Записи о работах, выполненных
во время прохождения практики**

1. Фамилия _____
2. Имя и отчество _____
3. Курс _____
4. Направление/Специальность _____
5. Профиль/Специализация _____
6. Место практики _____
7. Срок прохождения практики _____
8. Руководитель практики _____

М.П. « ____ » _____ Г.

Декан факультета _____

1. Прохождение практики

1. Производственную практику проходил _____
2. Начало практики « ____ » _____ Г.
3. Окончание практики « ____ » _____ Г.
4. Руководитель практики от организации _____

2

Месяц и число	Краткое содержание	Подпись руководителя

3

**II. Записи о работах, выполненных
во время прохождения практики**

Месяц и число	Краткое содержание	Подпись руководителя

4

**II. Записи о работах, выполненных
во время прохождения практики**

Месяц и число	Краткое содержание	Подпись руководителя

5

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

ОТЧЁТ
о прохождении (вид практики) практики
по ПМ.00 _____

Место практики _____

Выполнил обучающий(ая)ся

_____ курса
_____ группы

(специальность)

(Ф.И.О.)

**Руководитель практики от
колледжа**

(должность)

(Ф.И.О.)

**Руководитель практики
от организации**

(должность)

(Ф.И.О.)

Москва 202 _____

ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЁТА ПО ПРАКТИКЕ

- 1. Общая характеристика организации:**
 - 1.1. Организационно-правовая форма;
 - 1.2. Сфера деятельности;
 - 1.3. Характер выполняемых работ (услуг);
 - 1.4. Общая характеристика деятельности;
 - 1.5. Организационная структура.
- 2. Анализ деятельности организации (отдела):**
 - 2.1. Функции, выполняемые структурным подразделением организации, в котором студент проходил практику;
 - 2.3. Функциональные обязанности должностного лица, в должности которого студент проходил практику.
- 3. Содержание выполненных студентом видов работ по программе практики;**
- 4. Затруднения и сложные вопросы, возникшие при изучении конкретных дел и материалов;**

Примечание: Требования к отчёту

Отчёт составляется в электронном виде и распечатывается на листах формата А-4, вкладывается в папку-скоросшиватель. Текст оформляется в соответствии с требованиями. Печатается через 1,5 интервала. Сверху страницы делается отступ 20 мм, слева – 20 – 30 мм, справа 10 мм, снизу – 20 мм. Абзацные отступы должны быть равны 5 знакам. Нумерация страниц сплошная – сверху посередине листа на отступе. Титульный лист не нумеруется. На следующем за ним листом ставится номер «2» и оформляется содержание отчёта с проставленными номерами страниц.

По окончании практики студент обязан представить в колледж:

1. Характеристику с места практики, заверенную руководителем организации;
2. Дневник практики (в котором ежедневно кратко записывались конкретные сведения о проделанной работе в течение каждого дня, заверяемые подписью руководителя практики);
3. Аттестационный лист;
4. Письменный отчёт о прохождении практики (с приложением, выполненным заданием на практику).

ХАРАКТЕРИСТИКА

На обучающегося колледжа АНО ВО «РосНОУ»

(ФИО)

группы _____

Специальность

(код и наименование специальности)

проходившего (шей) практику с _____ по _____ 202__ г.

на базе: _____

(название организации)

по _____

(вид производственной практики)

Показатели выполнения производственных заданий:

уровень теоретической подготовки

качество выполненных работ

трудовая дисциплина и соблюдение техники безопасности

Выводы и предложения

Дата «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации _____

(подпись)

И. О. Фамилия

М.П.

(Страница дневника практики)

ИНСТРУКТАЖ
ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ, ПРОМСАНИТАРИИ
И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Инструктаж на рабочем месте

Проведён на _____

Инструктаж провёл(а) _____

Подпись _____ « _____ » _____ 202 ____ г.

Инструктаж получил(а) и усвоил(а)

Подпись _____ « _____ » _____ 202 ____ г.

Разрешено допустить к самостоятельной работе обучающегося

По специальности _____

Начальник отдела (структурного подразделения) _____

« _____ » _____ 202 ____ г.

М.П.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

КОЛЛЕДЖ

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на (вид практики) практику

по ПМ.00 _____

Тема: _____

Обучающего(ей)ся _____

Группа _____

Специальность

Оценка _____

Руководитель практики
от организации _____
(должность, ф.и.о.)

Руководитель практики
от колледжа _____
(должность, ф.и.о.)

**ОТЧЁТ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ КОЛЛЕДЖА**

_____ (должность, ФИО руководителя практики)
о результатах проведения _____ практики
(учебной, производственной (по профилю специальности, преддипломной))
обучающихся _____ курса, группы _____ в 202___/202__ учебном году
по специальности _____
(код и наименование специальности)

1. Календарный период практики с _____ по _____

2. Работа руководителя практики по организации практики:

2.1. Организация мест (баз) практики _____

3. Результаты защиты отчёта по практике (зачёта):

№ № ппп п	Специальность, группа	Количество обучающихся, направленных на практику	Оценка			Неаттестация	
			«отл.»	«хор.»	«уд.»	«неуд.»	неявка

Фамилии обучающихся и причины неудовл. оценки _____

Фамилии обучающихся, не явившихся на зачёт _____

Фамилии обучающихся, не проходивших практику _____

4. Сведения о базах практики:

4.1. Общее количество _____

4.2. Краткая характеристика

5. Дополнительные сведения _____

6. Выводы и предложения _____

Дата «_____» _____ 202__ г. подпись Ф.И.О. (руководителя практики)

Примечания:

Отчёты предоставляются по каждому виду практики (учебная, производственная (учебная, преддипломная)) ОТДЕЛЬНО в соответствии со сроками приказа о практике.

В пункте 2.1. отчёта следует указать, каким образом были определены места практики (по представлению писем-запросов от организаций, силами преподавательского состава, обучающимися и т. д.)

В пункте 4.2. следует перечислить виды организаций, предприятий, учреждений – баз практики, дать им оценку с точки зрения соответствия профилю соответствующих специальностей; назвать организации (предприятия), тесно сотрудничающие с колледжем РосНОУ

В пункте 5 нужно отметить положительные и отрицательные стороны в организации и проведении практики; дать оценку выполнения студентами программы практики, индивидуального задания по специальности; привести примеры высокой оценки предприятиями работы практикантов (указать фамилии студентов, их руководителей), отметить случаи предложения студентам работы и т.п.

В пункте 6 следует дать свои предложения по улучшению организации и проведения практики.