

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
**МУРОМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**  
федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
**«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(МИ ВлГУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР  
\_\_\_\_\_ Д.Е. Андрианов

25 мая 2021 г.

# **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**Тип практики: профессионально-творческая**

Направление подготовки: 42.03.01  
«Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) подготовки:  
Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере

Муром, 2021

## 1. Общие положения

Производственная практика (профессионально-творческая) является обязательным элементом учебного процесса подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Она направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и представляет собой вид учебных занятий, которые непосредственно ориентированы на профессионально-практическую подготовку обучающихся, включающую в себя развитие способностей вести самостоятельную профессиональную работу в сфере рекламы и связей с общественностью.

Производственная практика данного типа предусматривает приобретение студентом опыта работы в организациях и отделах, осуществляющих рекламную и PR деятельность. Программа производственной практики разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Программа включает разделы: цели и задачи практики, содержание и организация практики, порядок отчета с фондом оценочных средств.

## 2. Цель и задачи практики

Целью Профессионально-творческой практики является формирование готовности обучающихся к решению комплексных задач в практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

### Задачи практики:

- закрепление, расширение, углубление и систематизация теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базовой и вариативной части,
- формирование практических навыков, универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций на основе изучения работы организаций различных организационно-правовых форм, в которых студенты проходят практику,
- овладение навыками маркетинговой, редакторской, организационной деятельности,
- подготовка студентов к самостоятельной трудовой деятельности.

## 3. Способы проведения

Профессионально-творческая практика проводится в организациях, учреждениях, оказывающих рекламные услуги и услуги по связям с общественностью, а также на предприятиях и в организациях, использующих рекламные и PR средства в своей деятельности. Способы проведения: стационарно.

## 4. Формы проведения

Профессионально-творческая практика проводится концентрировано. Сроки проведения практики устанавливаются в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком.

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

Исходя из поставленных цели и задач профессионально-творческой практики, бакалавр должен овладеть умениями и навыками.

### Концентрированная

Коды компетенции/индикатора достижения компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенции/ индикатора достижения компетенции)	Перечень планируемых результатов при прохождении практики
УК-3	Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
УК-3.1	Понимает социальную значимость командного взаимодействия, осознает свою роль в команде	Уметь работать в коллективе, определяя свою роль в команде
УК-3.2	Выстраивает эффективное социальное взаимодействие с учетом культурных традиций	<p>Уметь устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе с учетом национальных и культурных особенностей</p> <p>Владеть методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде в поликультурной среде</p>
ОПК-1	Способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Уметь определять особенности рекламных продуктов для разных коммуникационных систем
ОПК-1.2	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>Уметь составлять рекламные и PR тексты</p> <p>Владеть навыками публичного выступления</p>
ОПК-4	Способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Владеть навыками интерпретации социологических данных
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребно-	Уметь пользоваться инструментами поиска информации о по-

	стях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	требностях целевых аудиторий
ОПК-5	Способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Владеть навыками анализа коммуникационных процессов в медиакоммуникационных системах
ОПК-7	Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	
ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Владеть навыками работы с клиентской базой
ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом	Владеть навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
ПКО-2	Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПКО-2.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Уметь создавать рекламные и PR тексты с учетом специфики канала коммуникации
ПКО-2.2	Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.	Уметь использовать инфоповоды для организации PR мероприятий
ПКО-2.4	Владеет логическими основами построения текстов рекламы и связей с общественностью	Уметь создавать рекламные и PR-тексты с учетом логических

		основ его построения
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	
ПКО-3.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	Уметь применять маркетинговые инструменты в практической деятельности
ПКО-3.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Владеть навыками анализа маркетинговых исследований
ПКО-3.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Владеть навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
РПК-1	Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технологические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	
РПК-1.3	Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Уметь определять эффективность специальных мероприятий при работе с различными группами населения
РПК-2	Способность строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	
РПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Уметь определять использование принципа открытости при реализации компанией PR мероприятий, включая антикризисный PR
РПК-3	Способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	
РПК-3.1	Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Уметь редактировать тексты рекламы и связей с общественностью
РПК-3.2	Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Уметь определять соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
РПК-4	Способность реализовывать алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, используя результаты исследований, осуществлять документационное	

	сопровождение проектов	
РПК-4.3	Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Уметь анализировать результаты исследований

В результате прохождения практики студент должен приобрести опыт самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

#### 6. Место профессионально-творческой практики структуре ОПОП, объем и продолжительность

Профессионально-творческая практика является составной частью блока Б.2 «Практики» и базируется на знаниях, полученных в процессе изучения следующих учебных дисциплин: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Маркетинг», «Основы имиджелогии», «Теория текста». Успешное усвоение программ данных дисциплин позволяет овладеть знаниями и умениями, необходимыми для прохождения практики.

Практика проводится в организациях, учреждениях, оказывающих рекламные услуги и услуги по связям с общественностью; на предприятиях и в организациях, использующих рекламные и PR средства в своей деятельности, а также в МИ ВлГУ в соответствии с календарным учебным графиком по ОПОП подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью на 2 курсе:

- концентрированно после летней экзаменационной сессии.

Общая трудоемкость профессионально-творческой практики на втором курсе составляет 6 зачетных единиц, 216 часов (4 недели).

#### 7. Структура и содержание практики

№/ Раздел практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Форма текущего контроля
	Виды работ по практике	Трудоемкость, час.	
1. Подготовительный	Получение задания от руководителя практики, разработка плана работы практики.	10	Устный отчет, собеседование
2. Аналитико-практический	Сбор материалов и их анализ, выполнение индивидуального задания	196	Устный отчет, собеседование
3. Отчетный	Оформление отчета по практике и его защита	10	Зачет с оценкой по результатам комплексной оценки прохождения практики

В ходе практики студенты отрабатывают следующие виды деятельности:

- осуществляют сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по теме индивидуального задания;
- знакомятся с организационной и производственной структурой организации;
- знакомятся с функциональными обязанностями ответственного работника (специалиста) одного из подразделений учреждения
- выполняют отдельные самостоятельные задания по поручению руководителя практики и куратора в рамках функциональных обязанностей практиканта

Общее руководство и контроль за прохождением практики студентов направления подготовки возлагается на руководителя производственной практики. Перед началом практики руководитель проводит организационное собрание студентов и информирует о ее целях и задачах.

Руководитель практики от института:

- выдает индивидуальное задание на практику, контролирует его выполнение студентом;
- консультирует студента во время прохождения практики по всем вопросам, связанным с организацией и прохождением практики;
- принимает отчет о прохождении практики.

Руководитель практики по месту ее прохождения:

- создает условия для прохождения практики и обеспечивает предоставление необходимой для подготовки отчета о прохождении практики информацию, а также оказывает содействие в поиске информации для выполнения необходимых работ;
- знакомит студента с правилами внутреннего служебного распорядка, контролирует их исполнение;
- знакомит студента с работой организации, выступающей в качестве места прохождения практики;
- привлекает к участию в проведении мероприятий, совещаний, разработке документов, выполнению других видов работ, связанных с информационно-коммуникационной деятельностью организации;
- готовит характеристику студента.

## 8. Формы отчетности по практике

Профессионально-творческая практика считается завершенной при условии выполнения студентом всех требований программы практики. Формой итогового контроля является дифференцированный зачет, который вместе с оценками (зачётами) по теоретическому обучению учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов и назначении на стипендию в соответствующем семестре.

Студенты оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике.

Студент должен предоставить отчет по производственной практике (титул см. Приложение 3), включающий в себя:

- индивидуальное задание (Приложение 1);
- оценочный лист сформированности компетенций (Приложение 4)
- описание собственной деятельности в ходе прохождения практики.

Отчет также должен содержать приложения, включающие схему организационной структуры организации, иную информацию, определяющую основные параметры функционирования организации, а также результаты собственной деятельности в ходе прохождения практики. Отчет должен содержать описание работы, выполнявшейся во время практики, и

видов деятельности, освоенных студентом. В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, показать, содержание каких дисциплин позволило ему понять формы и методы рекламной и PR- деятельности. Защита отчета о прохождении практики принимается выпускающей кафедрой по направлению подготовки по утвержденному графику. Отчет может быть отклонен руководителем – преподавателем в случае его несоответствия требованиям настоящей программы. Дневник практики (Приложение 2).

Сроки сдачи документации устанавливаются руководителем практики. Итоговая документация студентов остается на кафедре.

#### 9. Перечень ресурсов информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» – <http://www.iprbookshop.ru/>
2. Платформа «Библиокомплектатор» – <http://www.bibliocomplectator.ru/>
3. Национальная электронная библиотека – <http://нэб.рф>
4. Базы данных издательства Springer – <http://link.springer.com>
5. Электронная библиотека диссертаций – <http://diss.rsl.ru/>
6. Электронная библиотека ВлГУ – <http://e.lib.vlsu.ru/>
7. Электронная библиотека МИ ВлГУ «ЭВРИКА» – <http://elib.mivlgu.local/>
8. Профессиональный журнал «PR в России»: <http://www.rupr.ru/>
9. Консультант плюс - информационно-правовой портал: <http://www.consultantplus.ru/>
10. Портал «Брендинг.Ру»: <http://www.branding.ru/>
11. Информационно-образовательный портал МИ ВлГУ ([www.mivlgu.ru/iop](http://www.mivlgu.ru/iop)).

#### 10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

##### Основная учебная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. - <http://www.iprbookshop.ru/99228.html>
2. Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 с. - <http://www.iprbookshop.ru/92742.html>
3. Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Сулова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. - <http://www.iprbookshop.ru/84112.html>
4. Сабетова, Т. В. Реклама и рекламная деятельность : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; под редакцией Е. В. Закшевская. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. - <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>
5. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 718 с. - <https://www.iprbookshop.ru/81816.html>



6. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. - <http://www.iprbookshop.ru/95336.html>

7. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика : учебное пособие для вузов / Ф. Китчен ; под редакцией Б. Л. Еремина ; перевод Е. Э. Лалаян. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 455 с. - <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>

8. Башкарев, А. А. Основы PR : учебное пособие / А. А. Башкарев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2017. — 94 с. - <http://www.iprbookshop.ru/83303.html>

9. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 125 с. - <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>

Дополнительная литература указывается в каждом индивидуальном задании студента.

#### 11. Материально-техническое обеспечение практики

Персональный компьютер, оборудование и техническое оснащение, имеющееся в организациях.

#### 12. Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

#### 13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации по практике в приложении к рабочей программе по практике.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* и профилю подготовки *Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере*  
Рабочую программу составил к.и.н., доцент Гусарова М.Е. \_\_\_\_\_

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *ПМК* протокол №11 от 17.05.2021 года.  
Заведующий кафедрой *ПМК* \_\_\_\_\_ Гусарова М.Е.  
(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии ФЭМ  
протокол №8 от 24. 05. 2021 года.

Председатель комиссии ФЭМ \_\_\_\_\_ Терентьева И.В.  
(Подпись) (Ф.И.О.)

**Фонд оценочных материалов (средств) для проведения промежуточной аттестации по практике**

**1. Оценочные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по практике**

**1.1 Примерные индивидуальные задания для прохождения практики**

1.1.1. Анализ структуры подразделения, управляющего коммуникациями, и особенности управления им. Результат: аналитическая записка, в которой необходимо отметить сильные и слабые стороны организации работы подразделения или (и) разработать рекомендации по улучшению деятельности.

1.1.2. Аудит коммуникационной, информационной или рекламной политики основных конкурентов. Можно использовать следующие методы: контент-анализ, конкурентный анализ, ситуационный анализ, аудит бренда, аудит фирменного стиля и т.п. Результат: аналитическая записка с описанием методики и результатов анализа, а также перечнем рекомендаций по повышению конкурентоспособности своей организации через улучшение коммуникационной, информационной или рекламной политики.

1.1.3. Анализ фирменного стиля организации. Результат: аналитическая записка с описанием методики и результатов анализа.

1.1.4. Подготовка 1-2 текстов, выполненных в разных жанрах PR (на выбор): кейс-история, пресс-релиз, аналитическая публикация в корпоративный журнал или газету, для корпоративного сайта. Результат: тексты должны быть опубликованы и представлены в оригинале; авторство текстов заверяется руководителем практики от организации.

1.1.5. Подготовить 2-3 текста, выполненных в стилистике спичрайтинга (на выбор): приветствие, доклад, поздравление на мероприятии, выступление по радио или на телевидении, выступление на митинге и т.п. Результат: текст, авторство которого заверяется руководителем практики от организации.

1.1.6. Подготовка 1-2 текстов в рамках предложенной рекламной концепции (на выбор): текст для рекламного модуля, текст для стимулирующей рекламы, текст для информационной рекламы. Результат: тексты должны быть представлены в оригинале; авторство текстов должно быть заверено руководителем практики от организации.

1.1.7. Создание 2-3 рекламных продуктов в рамках предложенной рекламной концепции (на выбор): фирменный стиль, буклет, листовка, флаер, рекламный модуль, макет наружной рекламы, баннер, флеш-баннер, макет для нанесения на сувенирную продукцию и т.п. Результат: макеты рекламного продукта, бренд-бук; авторство заверяется руководителем практики от организации.

**1.2 Примерные вопросы при защите отчета по практике**

- Роль организации в рекламной и PR деятельности
- Структура организации
- Функции структурного подразделения, в котором проходила практика
- Нормативная база, регулирующая деятельность организации
- Виды рекламы, используемые в организации
- Виды рекламы, производимые организацией
- Характеристика целевых аудиторий организации их особенности
- Способы воздействия организации на целевые аудитории
- Итоги собственной деятельности

### 1.3 Методические материалы, определяющие процедуры и критерии оценивания результатов обучения по практике

Критерии и шкалы оценивания формирования компетенций в ходе прохождения практики:

#### Выполнение индивидуального задания на практику

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению
2.	Хорошо	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
3.	Удовлетворительно	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала
4.	Неудовлетворительно	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала

#### Отчет по практике

№ п.п.	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;</li> <li>– структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);</li> <li>– индивидуальное задание раскрыто полностью;</li> <li>– не нарушены сроки сдачи отчета.</li> </ul>
2.	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;</li> <li>– не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);</li> <li>– оформление отчета;</li> <li>– индивидуальное задание раскрыто полностью;</li> <li>– не нарушены сроки сдачи отчета.</li> </ul>
3.	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме;</li> <li>– не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);</li> <li>– в оформлении отчета прослеживается небрежность;</li> <li>– индивидуальное задание раскрыто не полностью;</li> <li>– нарушены сроки сдачи отчета.</li> </ul>
4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);</li> <li>– в оформлении отчета прослеживается небрежность;</li> <li>– индивидуальное задание не раскрыто;</li> <li>– нарушены сроки сдачи отчета.</li> </ul>
--	--	--

#### Защита отчета по практике

№	Шкала оценивания	Критерии оценивания
1.	Отлично	<ul style="list-style-type: none"> <li>– студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики;</li> <li>– стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы;</li> <li>– дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.</li> </ul>
2.	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> <li>– студент демонстрирует достаточную полноту знаний в объеме программы практики, при наличии лишь незначительных неточностей в изложении содержания основных и дополнительных ответов;</li> <li>– владеет необходимой для ответа терминологией;</li> <li>– недостаточно полно раскрывает сущность вопроса;</li> <li>– допускает незначительные ошибки, но исправляется при наводящих вопросах преподавателя.</li> </ul>
3.	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>– студент демонстрирует недостаточно последовательные знания по вопросам программы практики;</li> <li>– использует специальную терминологию, но могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно;</li> <li>– способен самостоятельно, но не глубоко, анализировать материал, раскрывает сущность решаемой проблемы только при наводящих вопросах преподавателя.</li> </ul>
4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> <li>– студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики;</li> <li>– не владеет минимально необходимой терминологией;</li> <li>– допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.</li> </ul>

Итоговая аттестация за практику проводится руководителем практики по результатам оценки всех форм отчетности. По результатам практики студент получает дифференцированную оценку, которая складывается из вышеприведенных показателей.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
**Муромский институт (филиал)**  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования  
**«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**  
(МИ ВлГУ)

Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

«УТВЕРЖДАЮ»  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на \_\_\_\_\_ практику  
студенту \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)  
\_\_\_\_\_ курса, направления подготовки \_\_\_\_\_  
группы \_\_\_\_\_  
Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
Сроки практики с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

За время прохождения практики необходимо:

1. Изучить вопросы, предусмотренные программой по всем разделам.  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Дата сдачи завершеного отчета по практике « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Задание выдал:**

Руководитель от института \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись, Ф.И.О.)

**Согласовано:**

Руководитель от предприятия (организации)  
\_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись, Ф.И.О.)

**Задание принял:**

Студент \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись, Ф.И.О.)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
**Муромский институт (филиал)**  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образо-  
вания  
**«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(МИ ВлГУ)**

Факультет \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

**ДНЕВНИК**

\_\_\_\_\_ практики

Студента \_\_\_\_\_  
(фамилия)

\_\_\_\_\_ (имя, отчество)

Курс \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Муром

## Прохождение практики

1. Место практики

\_\_\_\_\_

(наименование предприятия (организации))

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Сроки практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

3. Руководитель практики от института

\_\_\_\_\_

(должность, фамилия, имя, отчество)

Руководитель практики от предприятия (организации)

\_\_\_\_\_

(должность, фамилия, имя, отчество)

4. Прибыл на место практики

\_\_\_\_\_

(дата)

МП

Подпись \_\_\_\_\_

5. Назначен

\_\_\_\_\_

(место, должность)

и приступил к работе

\_\_\_\_\_

(дата)

6. Откомандирован в МИ ВлГУ

\_\_\_\_\_

(дата)

МП

Подпись \_\_\_\_\_

*Индивидуальное задание студенту на период практики оформляется руководителем практики и выдается с дневником практики.*

*Выполнение индивидуального задания отражается в отчете студента по практике.*

*Отчет совместно с дневником представляется студентом на зачете.*



## Дневник работ, выполненных на практике

(проверяется руководителем практики не реже одного раза в неделю и делается отметка в дневнике)

[illegible]

**о работе студента за период практики**  
(заполняется руководителем практики)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Руководитель практики от предприятия (организации) \_\_\_\_\_ (подпись)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
**МУРОМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
**«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(МИ ВлГУ)**

Факультет  
Кафедра

**ОТЧЕТ**  
по производственной практике  
(профессионально-творческой)

Студента гр. \_\_\_\_\_  
(группа, фамилия, имя, отчество)

Руководитель  
\_\_\_\_\_  
(фамилия, инициалы)  
\_\_\_\_\_  
(подпись) (дата)  
Студент \_\_\_\_\_  
(группа)  
\_\_\_\_\_  
(фамилия, инициалы)  
\_\_\_\_\_  
(подпись) (дата)

Муром 20\_\_\_\_

## ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

результатов прохождения \_\_\_\_\_ практики по направлению  
подготовки \_\_\_\_\_

Наименование профильной организации \_\_\_\_\_

Студент \_\_\_\_\_ Институт \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_ (Фамилия, И., О.) Курс \_\_\_\_\_ Кафедра \_\_\_\_\_

## Оценочный материал

ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики от профильной организации знаком * в соответствующих позициях графы «оценка»)			Оценка			
			5	4	3	2
1		Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2		Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи				
3		Степень самостоятельности при выполнении задания по практике				
4		Инициативность				
5		Оценка трудовой дисциплины				
6		Оценка уровня выполнения индивидуальных заданий				
	№ по ФГОС	СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРАКТИКИ КОМПЕТЕНЦИИ (отмечаются руководителем практики от университета знаком * в соответствующих позициях графы «оценка»)	Оценка			
			5	4	3	2
Универсальные	(УК-__)	Способность к _____.				
	(ОПК-__)	Способность использовать _____.				
Общепрофессиональные	(ОПК-__)					
	(ПКО-__)	Способность _____.				
Профессиональные	(РПК-__)	Готовность _____.				
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА (определяется средним значением оценок по всем пунктам)						

Замечания и пожелания \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
от института \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
от профильной организации \_\_\_\_\_  
(число и подпись) (расшифровка подписи)

М.П.