

Министерство образования и науки 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

16 июня 2020 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, 2020

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 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 производственной 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, общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций на основе изучения работы организаций различных организационно-правовых форм, в которых студенты проходят практику,
- овладение навыками организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической, информационно-технологической 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. Способ проведения: рассредоточено.

4. Формы проведения

Профессионально-творческая практика проводится в двух формах: стационарная и выездная. 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 производственной практики, бакалавр должен овладеть умениями и навыками:

Коды компетенции/индикатора достижения компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенции/ индикатора достижения компетенции)	Перечень планируемых результатов при прохождении практики
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Уметь использовать тенденции развития общественных и государственных институтов при анализе коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Уметь пользоваться инструментами поиска информации о потребностях целевых аудиторий
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Уметь определять необходимость технического оборудования при создании коммуникационных продуктов
ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Уметь использовать программное обеспечение при создании коммуникационных продуктов
РПК-4	Способен реализовывать алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, используя	

	результаты исследований, осуществлять документационное сопровождение проектов	
РПК-4.1	Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеть навыками интерпретации социологических данных
РПК-4.2	Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Уметь пользоваться инструментами поиска информации о потребностях целевых аудиторий
РПК-4.3	Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	Владеть навыками анализа результатов исследований
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
ПКО-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	уметь составлять планы коммуникационных кампаний

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: «Интегрированные коммуникации», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Технология производства рекламного продукта», «Основы медиапланирования». Успешное усвоение программ данных дисциплин позволяет овладеть знаниями и умениями, необходимыми для прохождения учебной 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 4 курсе рассредоточено в течение 7 семестра. Общая трудоемкость профессионально-творческой практики на третьем курсе составляет 3 зачетные единицы, 108 часов (2 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	88	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
- изучают структуру, штат и опыт работы специалистов и/или отдела рекламы, по связям с общественностью организации
- участвуют в проведении маркетинговых исследований и анализируют результаты
- участвуют в качестве помощника во всех организационных мероприятиях, связанных с подготовкой и проведением рекламных и PR- кампаний
- участвуют в создании и редактировании рекламных и PR - текстов
- участвуют в разработке и распространении рекламного продукта
- разрабатывают и реализовывают собственный проект в сфере рекламы или связей с общественностью

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).

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

Основная учебная литература

1. Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие / З. Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. — 91 с. - <https://www.iprbookshop.ru/91639.html>
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. - <https://www.iprbookshop.ru/71238.html>
3. Ларионова, И. А. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие /

И. А. Ларионова. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 42 с. — <https://www.iprbookshop.ru/56554.html>

4. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — <https://www.iprbookshop.ru/75208.html>

5. Есикова, И. В. Как завоевать покупателя : практическое пособие / И. В. Есикова, С. Н. Лобанов, Е. М. Лобанова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 165 с. — <https://www.iprbookshop.ru/87617.html>

6. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — <https://www.iprbookshop.ru/97585.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 №10 от 27.04.2020 года.
Заведующий кафедрой *ПМК* _____ *Гусарова М.Е.*
(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии ФЭМ
протокол №8 от 24. 05. 2020 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 плана формирования коммуникационной, информационной или рекламной политики организации. Результат: с согласия руководителя практики от организации представить образец плана формирования коммуникационной, информационной или рекламной политики организации на определенный период времени. При его отсутствии – разработать собственный.

1.1.2. 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. 1.1.3. 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.

1.1.4. Анализ эффективности PR- или рекламной деятельности организации или одного из PR-мероприятий, рекламной кампании, про-моакции и т.п. Результат: аналитическая записка с описанием методики расчета эффективности для конкретной организации, представлением результатов анализа и рекомендаций по усилению эффективности PR- или рекламной деятельности.

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

1.1. 6. 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.

1.1.7. 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.

1.1.8. Разработка плана рекламной кампании, включая рекламную идею, концепцию, разработанные рекламные продукты, медиаплан, критерии оценки эффективности. Результат: техническое задание на разработку рекламной идеи и концепции. Описание рекламной концепции.

1.1.9. 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.

1.1.10. 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.

1.1.11. Организация и проведение мероприятия (на выбор): PR- проект, ИМК- кампания, рекламная кампания (в том числе в Интернет), event-проект, презентация, выставка, промо-акция и др. Результат: описание мероприятия: план или сценарий; смета; список приглашенных журналистов (или других участников); медиа-кит; отчет о проведении мероприятия, в котором определен вклад практиканта в организацию и проведение мероприятия, рекомендации по дальнейшему проведению подобных мероприятий

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"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.

2.	Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – оформление отчета; – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
3.	Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание раскрыто не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета.
4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание не раскрыто; – нарушены сроки сдачи отчета.

Защита отчета по практике

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

4.	Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; – не владеет минимально необходимой терминологией; – допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.
----	---------------------	---

Итоговая аттестация за практику проводится руководителем практики по результатам оценки всех форм отчётности. 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 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
Универ- сальные	(УК-__)	Способность к _____.				
	(УК-__)					
Общepro- фессio- нальные	(ОПК-__)	Способность использовать _____.				
	(ОПК-__)					
Профес- сио- нальные	(ПКО-__)	Способность _____.				
	(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.