

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 01.07.2025 11:43:47  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Бюджетное учреждение высшего образования**  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР

\_\_\_\_\_ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

# ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

## Производственная практика, профессионально-творческая практика

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии</b>	
Учебный план	b420301-ССО-25-1.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	<b>Бакалавр</b>	
Форма обучения	<b>очная</b>	
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: зачеты 6
в том числе:		
аудиторные занятия	0	
самостоятельная работа	144	

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Сам. работа	144	144	144	144
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

*Ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.*

Рабочая программа дисциплины

**Производственная практика, профессионально-творческая практика**

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере  
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Психологии**

Зав. кафедрой канд. филос. наук, доцент Родермель Т.А.

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
1.1	Целями производственной практики, профессионально-творческой практики является формирование умений и навыков практической работы выпускника применительно к конкретной отрасли деятельности организации; создать условия для формирования практических компетенций будущего специалиста по рекламе и связям с общественностью.
1.2	Задачи практики определяются в соответствии с поставленными целями. Общими задачами практики являются: участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы связей с общественностью; подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной и медиапродукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа; сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью.
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП</b>	
Цикл (раздел) ООП:	Б2.В.02
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.1.2	Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью
2.1.3	Основы проектной деятельности
2.1.4	Теория и практика массовой информации
2.1.5	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.1.6	Основы связей с общественностью
2.1.7	Теория и практика рекламы
2.1.8	Основы теории коммуникации
2.1.9	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.1.10	Введение в профессиональную деятельность
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2.2	Брендинг
2.2.3	Медиапланирование
2.2.4	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.2.5	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.6	Производственная практика, преддипломная практика
<b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной	
ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-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	
ПК-2.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
ПК-3.1: Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	
ПК-3.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	

<b>ПК-3.3: Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</b>
<b>ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</b>
<b>ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</b>
<b>ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</b>
<b>ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</b>
<b>ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</b>
<b>ПК-5.1: Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и</b>
<b>ПК-6.1: Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта</b>

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления;
3.1.2	- особенности коммуникационной инфраструктуры и корпоративной культуры организации, специфику внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
3.1.3	- основные особенности и круг профессиональных обязанностей копирайтера; методики анализа знаковых систем рекламных сообщений, приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов; литературные приемы используемые при создании слоганов; основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность процессы формирования и развития социальных институтов, их социальные роли и функции;
3.1.4	- способы создания инфоповодов;
3.1.5	- знать основы создания сценария социального события, мероприятия, видеоролика, клипа, технического задания при выполнении заказа;
3.1.6	- специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; логику планирования, производства и выполнения маркетингового исследования;
3.1.7	- основные методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.1.8	- основные методы мониторинга обратной связи с разными целевыми аудиториями;
3.1.9	- устройство медиарилейшнз, специфику медиапланирования в онлайн и офлайн среде; базовые основы медиапланирования; правила и приемы работы с журналистами правила их аккредитации;
3.1.10	- основы медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде;
3.1.11	- основы технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;
3.1.12	- основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий внутри корпорации;
3.1.13	- технологию производства и распространения цифровой рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
3.1.14	- особенности, алгоритмы и приемы продвижения ценностей в массовой коммуникации;
3.1.15	- основные виды и жанры текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации;
3.2.2	- разрабатывать коммуникационную инфраструктуру предприятия, его внешние и внутренние коммуникации, формировать корпоративную культуру организации методами рекламы и связей с
3.2.3	- классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, ориентироваться в семиотической природе рекламы, моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий -ориентироваться в научной литературе, посвященной вопросам современной рекламы, знать основные сайты информационных баз в сети Интернет;
3.2.4	- применять технологии создания инфоповодов на основе использования актуальных трендов и аналитики
3.2.5	- создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампании;
3.2.6	- планировать, организовывать условия проведения, анализировать итоги маркетингового исследования; организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач и выполнение маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.2.7	- планировать разработку маркетинговых исследований для реализации коммуникационные продуктов;

3.2.8	- планировать и вести мониторинг обратной связи с различными целевыми аудиториями;
3.2.9	- составлять медиаплан в онлайн-среде; рассчитывать эффективность медиаплана;
3.2.10	- использовать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов;
3.2.11	- проявлять способность организовывать процесс планирования, реализации и анализа эффекта проведения специальных мероприятий; просчитывать и определять характеристики целевой аудитории, сегментирования целевой аудитории;
3.2.12	- планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, способствующие формированию корпоративной культуры;
3.2.13	- проявлять способность организовывать технические решения и средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникации;
3.2.14	- реализовывать различные коммуникационные инструменты рекламы и связей с общественностью в целях продвижения социально значимых ценностей;
3.2.15	- редактировать тексты различной стилистики; разрабатывать тексты различных видов и жанров, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
<b>Раздел 1. Организационный этап</b>						
1.1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охраны труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки.	6	4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	Заполнение журнала по ТБ и ОТ
<b>Раздел 2. Подготовительный</b>						
2.1	Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	6	50	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	наблюдатель
<b>Раздел 3. Производственный</b>						
3.1	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Организация и подготовка рекламных и PR-мероприятий. Обработка и анализ полученной информации. /Ср/	6	60	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	наблюдатель
<b>Раздел 4. Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным</b>						

4.1	Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Ср/	6	28	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	наблюдатель
4.2	/Зачёт/	6	2	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-5.1 ПК-6.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	защита отчета по практике
<b>5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА</b>						
<b>5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации</b>						
Представлены отдельным документом						
<b>5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования</b>						
Представлены отдельным документом						
<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>						
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>						
<b>6.1.1. Основная литература</b>						
	Авторы,	Заглавие			Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник			Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>						
	Авторы,	Заглавие			Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов			Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
<b>6.1.3. Методические разработки</b>						
	Авторы,	Заглавие			Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунагов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунагова А. Н.	Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1: Учебно-методическое пособие			Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022, электронный ресурс	1
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>						
Э1	Международный пресс-клуб					
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>						
6.3.1.1	Пакет прикладных программ Microsoft Office, операционная система Microsoft Windows.					
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>						
6.3.2.1	Информационно-правовой портал Гарант.ру - <a href="http://garant.ru/">http://garant.ru/</a> , Справочно-правовая система «Консультант плюс» - <a href="http://consultant.ru/">http://consultant.ru/</a> .					

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1	Материально-техническое обеспечение определяется учреждением, на базе которого проводится учебная практика.
7.2	Если учебно-ознакомительная практика проходит на базе БУ ВО «Сургутский государственный университет» кафедра Психологии:
7.3	Методический кабинет № 316 с раздаточными материалами (комплексные методики, методички и т.п.);
7.4	Комплекс статистических пакетов для обработки данных. Компьютерный класс.

### **Место проведения практики**

Основными базами производственной практики, профессионально-творческой являются: кафедра психологии СурГУ, структуры СурГУ, библиотеки Сургутского университета и г. Сургута (по возможности – других городов), коммерческие и частные организации различного типа в зависимости от специализации студентов, их конкретных научных и практических интересов.

Предприятия, учреждения, организации города Сургута, Сургутского района и других городов ХМАО-Югры и РФ, работающие в различных сферах деятельности: здравоохранения, общепита, образования, культуры, спорта, администрации города, частного бизнеса, юриспруденции, управления, осуществляющие коммерческую, общественную, хозяйственную, административную, научно-исследовательскую, консалтинговую деятельность, предоставляющие услуги и товары физическим лицам и организациям.

### **Способ проведения практики**

Способ проведения производственной практики, профессионально-творческой: стационарная, выездная (если есть такая возможность и необходимость).

### **Форма проведения практики**

Практика осуществляется непрерывно.

### **Особенности прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья при выборе места прохождения практик должно учитываться состояние здоровья студента и требования по доступности.

Согласно СТО-2.6.16-23 «Организация образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» согласно п. 7.9., заведующие кафедрами обеспечивают выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ОВЗ с учётом требований доступности для данных обучающихся. При определении места прохождения производственной практики необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учётом рекомендации медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места соответствии с характером нарушений, а также с учётом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ПРАКТИКЕ**

Квалификация  
выпускника

**Бакалавр**

Направление  
подготовки

**42.03.01**

Направленность  
(профиль)

**Реклама и связи с общественностью**

**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Форма обучения

**Очная**

Выпускающая  
кафедра

**Психологии**

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Этап: проведение промежуточного контроля по учебной практике, профессионально-ознакомительной (ознакомительно-производственной) практике:**

<b>п/п</b>	<b>Разделы (этапы) практики</b>	<b>Виды деятельности студентов, включая самостоятельную работу</b>	<b>Форма отчетности</b>
1	<b>Подготовительный этап</b>	Организация практики, ознакомление с методическими и организационными вопросами, инструктаж по технике безопасности.	Собеседование по технике безопасности; анализ индивидуальных планов с последующей корректировкой.
2	<b>Основной этап</b>	1. посещение практических занятий куратора научно–исследовательской работы от базы практики; 2. подготовка и проведение самостоятельной формы исследовательской работы в рамках темы научно–исследовательской практик; 3. выполнение индивидуальных заданий на базе практики в контексте специфики работы; 4. составление анализа о проделанной работе.	Разработка программы индивидуальной работы 5. Составление проектов, фиксация в дневнике результатов проекта, выполнение индивидуальных заданий.
3	<b>Заключительный этап</b>	Оформление дневника практики.	Дневник практики.
		Сбор и оформление отчета по практике в печатном и электронном виде.	Отчёт по практике в установленной форме.

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Для получения положительной оценки на зачете по дисциплине «Производственная практика, профессионально-творческая практика» студенту необходимо подготовиться теоретически и практически. Для этого студент должен использовать результаты эмпирического исследования и анализ теоретических источников. Кроме того, необходимо прочитать рекомендованную преподавателем научную литературу.

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по

итогах прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета: «зачтено» и «не зачтено».

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:  
«зачтено» – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет. В отзыве представителя базового учреждения отсутствуют замечания в адрес практиканта. Студент принял участие во всех предусмотренных научно- исследовательской практикой мероприятиях.

«не зачтено» – студент не выполнил программу практики либо выполнил только часть задания, не подготовил отчет, не подготовил доклад к итоговой конференции, не принял участие в итоговой конференции.

### **Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Оценочные средства должны позволять достоверно оценивать сформированность компетенций как целостного новообразования – комплекса способностей, используемых для достижения социальных или профессиональных целей, отражающих результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.

Контроль уровней сформированности компетенции осуществляется с позиций оценивания составляющих ее частей по трехкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

При этом под указанными категориями понимается:

«знать» – воспроизводить и объяснять освоенный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;

«уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;

«владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, в нетипичных ситуациях.

Оценка сформированных компетенций должна осуществляться в процессе наблюдения за выполнением программы практики, подготовкой, выполнением и защитой отчета, в полной мере раскрывающих особенности профессиональной деятельности обучающегося. При этом оцениваются правильность выполнения подготовительных и основных работ, промежуточные и конечные результаты. Оценивание компетенций проводится на основе оценки знаний, умений, навыков, опыта деятельности их формирующих. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности в полной мере находят свое отражение в материалах, собранных в процессе прохождения практики, решении задач практики, качестве выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержании доклада на его защите и ответах на вопросы.

Показатели оценивания компетенций, приобретаемых в результате прохождения практики, формируются из:

- показателей оценивания отчета;
  - показателей защиты отчета;
  - отзыва руководителя практики. Показатели оценивания отчета по практике:
- уровень освоения учебного материала;
  - уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- уровень обоснованности и четкости изложения материала;
- уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта, полнота представленного материала;
- уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
- уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее;
- востребованность результатов практики на предприятии.

Обучающиеся оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике. Отчетные документы по практике включают:

- типовой дневник о прохождении практики;
- типовой титульный лист;
- отчет о прохождении практики;
- иные необходимые документы, поясняющего или уточняющего характера.

Требования к оформлению отчета по практике:

1. Титульный лист отчета по практике оформляется согласно образцу;
2. Текст печатается шрифтом «Times New Roman» размером 12 через 1 интервал;
3. Формат бумаги – А 4, поля сверху и снизу – 2 см, справа – 1,5 см, слева – 2,5 см;
4. Отчет сдается в папке.

Решение о соответствии сформированности компетенции обучающегося требованиям ФГОС и образовательной программы принимается руководителем практики от института на основании оценки каждого из показателей (формализованного описания оцениваемых параметров процесса или результата деятельности).

Уровни сформированности компетенций:

- 3 балла – высокий уровень сформированности;
- 2 балла – хороший уровень сформированности;
- 1 балл – частично сформированы;
- 0 баллов – не сформированы.

### **Критерии оценивания отчета**

Показатели оценивания	Оценивание отчета	Оценивание защиты отчета
уровень освоения учебного материала	0-3	-
уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач	0-3	-
уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике	0-3	-
уровень обоснованности и четкости изложения материала	0-3	0-3
уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта	0-3	-

уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное	0-3	0-3
уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия	0-3	0-3
уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий	0-3	0-3
уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее	0-3	0-3
Востребованность результатов практики на предприятии	0 или 3	-

Отзыв руководителя от предприятия учитывается в соответствии с выставленной оценкой по четырех-балльной системе следующим образом:

- оценка «зачтено» - 2-3 балла;
- оценка «не зачтено» - 0-1 балл.