

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

 (подпись) Шматко А. Д.
 ФИО
 «___» _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Направление/специальность подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Специализация/профиль/программа подготовки	Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	6	6	216	0	0	0	0	216	0	0	216	диф. зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

год набора группы: 2024

Программу составил:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
ПРОИЗВОДСТВОМ _____

Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент, доцент

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

1. Общие характеристики

Практика	Тип практики
Производственная практика	ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

2. Цели практики

Целями ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретении ими профессиональных навыков, компетенций и опыта самостоятельной работы в области организации коммуникационной деятельности организации в рыночной среде, разработки и реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий.

3. Задачи практики

- анализ деятельности предприятия (организации) - базы практики, включающий изучение ее миссии, основных направлений деятельности, организационной структуры, бизнес-процессов, динамики экономических показателей предприятия (организации);
- изучение потребительских характеристик производимой продукции, основных категорий потребителей и их предпочтений, имиджа и деловой репутации предприятия (организации), конкурентной среды, рыночных позиций предприятия (организации);
- изучение коммуникационных процессов, техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций, технологии продвижения продукции предприятия, формирования его деловой репутации, рекламно-информационных материалов, используемых каналов распространения рекламы, проводимых коммуникационных мероприятий;
- проведение необходимых исследований и аналитических расчетов для оценки эффективности коммуникационной деятельности предприятия (организации) и выявление основных направлений повышения ее эффективности;
- развитие у обучающихся аналитических, организаторских, коммуникативных и других способностей к самостоятельной деятельности в сфере рекламной деятельности и связи с общественностью;
- формирование и развитие у обучающихся профессионально значимых качеств, устойчивого интереса к профессиональной деятельности, потребности в самообразовании;
- овладение основами профессии в операционной сфере: ознакомление и усвоение методологии и технологии решения профессиональных задач;
- овладение профессионально-практическими навыками и современными методами организации выполнения работ;
- овладение умениями и навыками профессиональной деятельности: технологической, технической, экономической, социальной, правовой;
- приобретение опыта работы в трудовых коллективах при решении производственных вопросов;
- выполнение индивидуального творческого задания по практике.

4. Место практики в структуре образовательной программы

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА является дисциплиной **обязательной части блока 2.**

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ВВЕДЕНИЕ В МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.**

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

ОПК-1 — Способен 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-4 — Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-6 — Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ПК-91 — способен к коммуникации и кооперации в цифровой среде, использованию различных цифровых средств, позволяющих во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей;

ПК-94 — способен к управлению информацией и данными, поиску источников информации и данных, восприятию, анализу, запоминанию и передаче информации с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

ПСК-1.5 — Способен самостоятельно работать с документами, материалами средств массовой информации, докладами экспертно-аналитических центров, базами данных;

УК-10 — Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ОСНОВЫ PR-ТЕХНОЛОГИЙ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ**.

5. Место и время проведения практики

Практика проводится в передовых организациях, промышленных предприятиях, научных и научно-исследовательских учреждениях, ведущих деятельность по направлению подготовки обучающихся, с которыми заключены соответствующие соглашения, например:

Место прохождения ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ обучающийся определяет самостоятельно в соответствии с областью и (или) сферой профессиональной деятельности, но руководствуется рекомендациями руководителя практики от ВУЗа, в котором проходит обучение.

Практика может проводиться в структурных подразделениях Университета, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, материально технической базой.

Время проведения: 6 семестр, общая трудоемкость - 6 з.е.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие компетенции

Профессионально-специализированные (по специализациям) компетенции:

ПСК-1.1 — способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПСК-1.2 — способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединениях, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ
ПСК-1.3 — способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
ПСК-1.4 — способность создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике

Общепрофессиональные компетенции:

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-2 — способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3 — способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 — способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
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-6 — способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7 — способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПСК-1.1

знания:

- функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

умения:

- определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели;
- выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;
- создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;
- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

навыки:

- навыком участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ПСК-1.2

знания:

- общие принципы организации нового дела;
- общие принципы управления в области предпринимательской деятельности;
- основные принципы управления трудовыми ресурсами;
- основные принципы планирования и постановки целей и задач бизнеса;
- основные процессы, протекающие в организации на различных этапах ее жизненного цикла;

умения:

- анализировать основные показатели бизнес-плана;
- выполнять расчет по основным разделам бизнес-плана;
- уметь выбирать модели управления трудовыми ресурсами;

навыки:

- навыками управления коллективом и формирования социально-психологического климата в коллективе.

ПСК-1.3

знания:

- методологию и способы применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;

умения:

- отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;

навыки:

- навыком применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.

ПСК-1.4

знания:

- способы и методы сбора необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи по общественно-политической проблематике;

умения:

- создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике;

навыки:

- навыками создания и распространения стандартных информационных и информационно-аналитических текстов по общественно-политической проблематике.

ОПК-1

знания:

- отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;

умения:

- создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков;

- анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем;

навыки:

- навыком осуществления подготовки 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.

ОПК-2

знания:

- тенденции развития общественных и государственных институтов;
- особенности освещения в медиатекстах и (или) в медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах деятельность общественных и государственных институтов;

умения:

- анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов;
- создавать для разностороннего освещения медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты о функционировании общественных и государственных институтов;

навыки:

- навыками учета тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в медиатекстах и (или) в медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-3

знания:

- технологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта методологию создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;

умения:

- создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;

навыки:

- навыками анализа достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4

знания:

- запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

умения:

- выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности;

- учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

навыки:

- навыками ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-5

знания:

- нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи;

- особенности современных коммуникативнопрагматических правил и этики речевого общения;

умения:

- проводить анализ конкретной речевой ситуации;

- оценивать степень эффективности общения и определять причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки;

навыки:

- создавать устные и письменные высказывания, с учётом коммуникативных качеств речи.

ОПК-6

знания:

- принципы работы современных информационных технологий для решения профессиональных задач;

умения:

- понимать принципы работы современных информационных технологий для решения профессиональных задач;

навыки:

- навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-7

знания:

- принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;

умения:

- определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели;

навыки:

- навыками взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи.

7. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 з.е. (в 6 семестре) 216 часов.

№ п/п	Курс	Семестр	Разделы (этапы) практики	Вид производственной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость (в часах)			
				Производственный инструктаж	Изучение документации	Выполнение заданий	Обработка результатов
1	3	6	Перед началом практики кафедра: - распределяет обучающихся по базам практики в соответствии с заключенными договорами или индивидуальными письмами; - назначает руководителя практики от кафедры. Совместно с руководителем обучающийся составляет рабочий план прохождения практики.	6	10	0	0
2	3	6	Знакомство с организацией: изучение общих условий деятельности организации – базы практики: основными видами деятельности предприятия, его миссией, организационной структурой, функциями его структурных подразделений и их взаимодействием. 2. Изучение динамики основных показателей экономической деятельности предприятия: основные технико-экономические показатели деятельности предприятия; ресурсы предприятия; основные показатели, характеризующие эффективность его деятельности. Изучение бизнес-процессов. 3. Изучение маркетинговой среды предприятия: основные категории потребителей и их предпочтения; имидж и деловая репутация предприятия; конкурентная среда; рыночные позиции предприятия. 4. Изучение рекламной деятельности предприятия: технологии продвижения продукции предприятия; рекламно-информационные материалы, используемые каналы распространения рекламы; проводимые коммуникационные мероприятия; структуры бюджета проводимых мероприятий. 5. Изучение деятельности в области связей с общественностью предприятия: используемые коммуникативные технологии; основные составляющие PR-деятельности. 6. Информационные технологии для решения коммуникационных задач: ознакомление с использованием информационных технологий для решения коммуникационных задач в организации. 7. Работа в качестве помощника специалиста рекламного отдела или отдела связей с общественностью: знакомство обучающихся с организацией работы в пресс-службах, рекламных и PR-отделах предприятий (организаций), способствует формированию первичных навыков подготовки рекламных и PR-материалов для размещения в СМИ, корпоративных изданиях и на интернет-сайтах, организации PR-мероприятий, участие в проведении маркетинговых исследований; участие в планировании и проведении	0	30	150	0

			рекламных и PR-мероприятий, организации маркетинговых и социологических исследований. 8. Освоение исследовательской и аналитической деятельности специалиста рекламного отдела или отдела связей с общественностью: проведение исследования на выбранную тему с учетом профессиональных интересов обучающегося и будущей темы ВКР; анализ полученных данных и выработка рекомендаций.				
3	3	6	Обработка и анализ собранного на практике фактического материала. Оформление обучающимися отчета о выполнении индивидуальных творческих заданий, анализ проделанной работы и подведение её итогов.	0	0	0	20
Всего				6	40	150	20
Итого				216			

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике

Могут использоваться такие научно-исследовательские технологии как систематизация фактического материала, группировки информации организационного характера, методы динамического и факторного анализа, проведение социологических исследований с последующим обобщением полученной информации, анкетирование, опросы, наблюдения и др.; посещение научных конференций, диспутов по вопросам аналитической, научно-исследовательской и организационно-управленческой деятельности предприятия или организации.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Рекомендуется использование программы ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ, учебно-методических пособий и практикумов, разработанных кафедрой (Р4) Экономики, организации и управления производством, «Положения об отделе организации практик и содействии трудоустройству» от 31.07.2023, приказ № 586-О, сайты компаний - баз практики.

10. Формы текущего контроля успеваемости

Обязательной формой текущего контроля успеваемости по практике является диагностическая работа, проводимая по результатам половины периода, отведенного на прохождение практики в соответствии с календарным учебным графиком.

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle.

11. Форма промежуточной аттестации (по итогам практики)

Формой промежуточной аттестации по практике является дифференцированный зачет, выставляемый с учетом результатов текущего контроля успеваемости и итогов защиты отчета о прохождении практики.

«отлично» («зачтено»):

- студент полностью или выполнил программу практики;
- студент имеет собственноручно заполненный дневник, в котором отражены виды работ, выполненные студентом в течение всех дней практики;
- студент способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, приобретенные им в соответствии с программой практики;
- у студента сформированы на высоком уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;
- студент способен изложить ключевые понятия о явлениях и процессах, наблюдаемых во время практики;
- студент способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;

- студент подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;

- студент защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики.

- ошибки и неточности отсутствуют.

«хорошо» («зачтено»):

- студент по большей части выполнил программу практики;

- студент имеет собственноручно заполненный дневник, в котором отражены виды работ, выполненные студентом в течение всех дней практики;

- студент способен продемонстрировать большинство практических умений и навыков работы, освоенных им в соответствии с программой практики;

- у студента сформированы на среднем уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;

- студент способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;

- студент подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;

- студент защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики с некоторыми несущественными замечаниями;

- в ответе отсутствуют грубые ошибки и неточности.

«удовлетворительно» («зачтено»):

- студент более, чем наполовину выполнил программу практики;

- студент имеет собственноручно заполненный дневник, в котором отражены не все виды работ, выполненные студентом в течение практики;

- студент способен с затруднениями продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;

- у студента сформированы на низком уровне все компетенции, предусмотренные программой практики;

- студент способен с существенными ошибками изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;

- студент подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;

- студент защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики, однако к отчёту были замечания;

- в ответе имеются грубые ошибки (не более 2-х) и неточности.

«неудовлетворительно» («не зачтено»):

- студент не выполнил программу практики;

- студент имеет собственноручно заполненный с грубыми нарушениями дневник, в котором отражены не все виды работ, выполненные студентом в течение практики, или не имеет заполненного дневника;

- студент не способен продемонстрировать практические умения и навыки работы, освоенные им в соответствии с программой практики;

- у студента не сформированы компетенции, предусмотренные программой практики;
- студент не способен изложить теоретические основы и обосновать выбор конкретного метода для проведения исследования;
- студент подготовил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практик или не подготовил его;
- студент не защитил индивидуальный отчёт о самостоятельной работе во время прохождения практики;
- в ответе имеются грубые ошибки.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) Основная литература:

1. . Связи с общественностью в органах власти. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
2. И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. . Реклама и связи с общественностью. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
3. Л. Н. Федотова. . Реклама: теория и практика. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.

б) Дополнительная литература:

не требуется.

в) Ресурсы сети Интернет:

1. <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-494288> — Ачкасова В. А. Связи с общественностью в органах власти — купить, читать онлайн. «Юрайт».

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> - Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
3. <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

13. Материально-техническое обеспечение практики

Для успешного прохождения ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ обучающийся должен быть обеспечен рабочим местом в подразделении организации, где он проходит практику. По мере возможности, рабочее место может быть оснащено компьютером.

Во время проведения ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ обучающиеся имеют доступ:

- к библиотечному фонду БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова с необходимым количеством учебной, методической литературы и другой печатной продукции для самостоятельной работы;
- к автоматизированным системам хранения и поиска информации, национальным и международным информационным ресурсам.

14. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств на практике включает:

- задания для проведения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы;
- требования к отчету о прохождении практики и критерии оценивания;

- иные оценочные средства, необходимые для оценки сформированности компетенций, формируемых в результате прохождения практики.

Защита отчета по ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ (дифференцированный зачет) проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита отчета по практике, как правило, состоит в коротком докладе (8-10 минут) обучающегося и ответах на вопросы по существу отчета. Защита проводится с дифференцированной оценкой по 5-балльной шкале с учетом правильности ответов на вопросы и качества представленного отчета. При оценке работы обучающегося принимается во внимание характеристика, данная ему руководителем практики от предприятия, отраженная в дневнике практики и заверенная подписью руководителя и печатью организации - базы практики.