

Документ подписан простой электронной подписью
Информация об электронной подписи:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:44:49
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса и отраслевого управления

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой МиМУ
_____ М.Л. Белоножко
« ____ » _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

тип практики: профессионально-творческая

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): Диджитал маркетинг

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 10а от 5 мая 2023 г.

1. Цели и задачи прохождения практики

1.1. Обязательная часть

Цель: закрепление, расширение и углубление освоенных знаний и умений в условиях реальной производственной деятельности, а также формирование и закрепление навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, формирование новых умений и навыков в ходе выполнения конкретных функциональных обязанностей сотрудников различных подразделений организации (учреждения), приобретение и закрепление обучающимися начальных навыков и элементов практической профессиональной деятельности; формирование и дальнейшее развитие (усложнение) навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, предполагающее применение методик и технологий связей с общественностью, способствующих успешной диверсификации организации

Задачи:

- изучение видов деятельности организации (учреждения);
- исследование структуры управления организации (учреждения);
- изучение основных правовых и нормативных документов и материалов, регулирующих и определяющих деятельность организации (учреждения);
- приобретение навыков работы по решению стандартных задач профессиональной деятельности с учетом специфики конкретного функционального подразделения организации (учреждения);
- освоение технологий рекламы и связей с общественностью.

1.2. Формируемая участниками образовательных отношений

Цель: формирование и дальнейшее развитие (усложнение) навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, предполагающее применение методик и технологий связей с общественностью, способствующих успешной диверсификации организации; развитие практических навыков сбора, систематизации, анализа и представления информации и ведения самостоятельной исследовательской работы в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью

Задачи:

- изучение видов деятельности организации (учреждения);
- исследование структуры управления организации (учреждения);
- изучение основных правовых и нормативных документов и материалов, регулирующих и определяющих деятельность организации (учреждения);
- приобретение навыков работы по решению стандартных задач профессиональной деятельности, а именно: участие в разработке и планировании рекламных и PR-мероприятий; организация и контроль деятельности проектных групп, участвующих в проведении рекламной и PR-кампаний; разработка концепции, стратегии и плана рекламных и PR-проектов; составление проектной и сопутствующей документации (договор, финансовые документы, бриф, соглашение и т.д.);
- освоение методов оценки эффективности реализации технологий рекламы и связей с общественностью.

2. Вид, тип практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: производственная.

Тип практики: профессионально-творческая.

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

- стационарная практика - практика, которая проводится в Подразделениях Университета или в профильных организациях, расположенных на территории населенного пункта, в котором расположен Университет (г. Тюмень);
- выездная практика - практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположен Университет.

Форма проведения практики:

- дискретно: по видам практик – путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности типов) практики;

- дискретно: по периодам проведения практик – путем чередования в графике учебного процесса периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических учебных занятий.

В случае возникновения форс-мажорных обстоятельств, угрожающих жизни и здоровью граждан (в частности, возникновения неблагоприятной санитарно-эпидемиологической обстановки на территории Российской Федерации) проведение практики для обучающихся осуществляется непосредственно в образовательной организации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в соответствии с требованиями ФГОС.

Дистанционное взаимодействие руководителя практики от университета и обучающихся осуществляется в следующем формате:

1) руководитель практики от университета:

– создает курс в системе поддержки учебного процесса EDUCON2, в котором публикует задания по практике и образцы заполнения документов;

– проводит установочное и итоговое собрание дистанционно с помощью информационно-коммуникационных технологий;

– создает в системе поддержки учебного процесса EDUCON2 учебный элемент «Задание», в котором обучающиеся выкладывают материалы для проверки и оценивания;

– проводит консультации с обучающимися дистанционно с помощью информационно-коммуникационных технологий, согласно рабочего графика (плана) проведения практики;

– анализирует выполненное задание и делает отметку о его выполнении в системе поддержки учебного процесса EDUCON2;

– на основании выполненных заданий оформляет ведомость, отражающую результаты оценивания качества прохождения практики обучающимися;

– по окончании практики формирует электронные архивные файлы, содержащие отчеты обучающихся по практике, отчет руководителя практики от университета и электронные ведомости, и передает их для контроля и хранения на кафедре;

2) обучающиеся выполняют задания согласно рабочего графика (плана) проведения практики и загружают в систему поддержки учебного процесса EDUCON2 в специально созданный для этого раздел. Результатом практики является оформленный согласно индивидуальному заданию отчет в текстовом редакторе MS Word. Отчетность по практике предоставляется не позднее заключительного дня проведения практики.

3. Результаты обучения по практике

3.1. Обязательная часть

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1.1

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции ИДК	Код и наименование результата обучения по практике
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-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знать 3.1 Продукт профессиональной деятельности
		Уметь У.1. осуществлять 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
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития	Знать 3.2 тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
		Уметь У.2 соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах
		Владеть В.1. принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Применяет средства художественной выразительности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Знать 3.3. достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		Уметь У.3. демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		Владеть В.2. навыками учета достижений отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов и (или) продуктов	Знать 3.4 Основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений
		Уметь У.4 идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных
		Владеть В.3 методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм	ОПК-5.1 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать 3.5 Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

регулирования		Уметь У.5 выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Использует основы информационных технологий	Знать 3.6 основы информационных технологий
		Уметь У.6. использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций
		Владеть В.4. навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах
	ОПК-6.2. Применяет принципы их использования для решения профессиональных задач.	Знать 3.7. принципы работы с различными программными средствами уметь использовать программные средства для решения профессиональных задач
		Владеть В.5. навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности
	ОПК-6.3. Использует полученные результаты исследований в решении задач профессиональной деятельности.	Знать 3.8. принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач
Уметь У.7. проводить теоретические и эмпирические исследования на основе информационных технологий		
Владеть В.6. навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности		
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами	Знать 3.9. Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		Уметь У.8. осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
		Владеть В.7. методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет.

3.2.Формируемая участниками образовательных отношений

Таблица 1.2

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по практике
ПКС-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ПКС-2.1 Осуществляет сбор, обработку и анализ маркетинговой информации	Знать 3.10. нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		Уметь У.9. систематизировать и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации
		Владеть В.8 навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации
	ПКС-2.2 Применяет методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	Уметь У.10. проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.11. Гражданское законодательство Российской Федерации
		Знать 3.12. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		Уметь У.11 выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.13. основы проектной деятельности
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	Знать 3.14. основные принципы организации рекламной кампании
		Умеет У.12. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
		Владеть В.10. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
		Знать 3.15. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	Уметь У.13. использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	
	Уметь У.14. разрабатывать концепции	

		<p>продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>Владеть В.11. процессом выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p>
	<p>ПКС-4.2 Формулирует вопросы управления развитием организации</p>	<p>Знать 3.16. маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>Уметь У.15. разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> <p>Уметь У.16 формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>Владеть В.12. навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации</p>
	<p>ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности основные технологические решения по продвижению продукции предприятия</p>	<p>Знать 3.17. технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>Уметь У.17. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>Уметь У.18 разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>Владеть В.13. навыками планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p> <p>Владеть В.14. навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом</p>
	<p>ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>Знать 3.18. принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p> <p>Уметь У.19. работать с системой управления контентом (CMS)</p> <p>Владеть В.15. навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру</p> <p>Владеть В.16. навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов</p> <p>Владеть В.17. навыками проверки правильности отображения внесенных изменений</p>
<p>ПКС-5. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ПКС-5.1 Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.</p>	<p>Знать 3.19. основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p> <p>Уметь: У.20. находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные</p>

		методы анализа
		Владеть: В.18. навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
	ПКС-5.2 Использует методы и инструменты маркетингового исследования	Знать: 3.20. методы проведения маркетингового исследования
		Уметь У.21 составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		Уметь У.22 создавать отчеты по результатам маркетингового исследования
		Уметь У.23 давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
		Владеть: В.19. навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований
ПКС-6. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии.	Знать 3.21. современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
		Уметь У.24. применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
	ПКС-6.2. Уточняет структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений.	Знать 3.22. полномочия и функции подразделений организации
		Уметь У.25. определять особенности организационной структуры
		Владеть В.20. методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры
	ПКС-6.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.	Знать 3.23. современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности
		Уметь У.26. применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
		Владеть В.21. специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
	ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	Уметь У.27. проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности
		Владеть В.22. навыками организации мониторинга маркетинговой информации
	ПКС-6.5. Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ.	Знать 3.24. аналитику данных
		Уметь У.28. обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного

Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет.

4. Место практики в структуре ОПОП ВО

4.1. Обязательная часть

Производственная практика (тип: профессионально-творческая практика) в структуре Блока 2 учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью входит в состав обязательной части. До начала прохождения практики, обучающиеся должны освоить дисциплины, предусмотренные Обязательной частью Блока 1, а именно: история (история России, всеобщая история), эффективные коммуникации, цифровая культура, правовая культура, аналитика данных, институциональная экономика, менеджмент, литература и искусство, жизненные стратегии и психология влияния, философия, маркетинг, проектная деятельность, основы теории коммуникации, теория и практика массовой информации.

Прохождение практики необходимо для дальнейшего освоения дисциплин, предусмотренных Частью Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений, в том числе элективные дисциплины (модули), а именно: теория и практика связей с общественностью, теория и практика рекламы, интернет-маркетинг и др.

4.2. Формируемая участниками образовательных отношений

Производственная (профессионально-творческая) практика входит в состав части Блока 2 учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. До начала прохождения практики, обучающиеся должны освоить дисциплины, предусмотренные Обязательной частью Блока 1, а именно: история (история России, всеобщая история), эффективные коммуникации, цифровая культура, правовая культура, аналитика данных, институциональная экономика, менеджмент, литература и искусство, жизненные стратегии и психология влияния, философия, маркетинг, проектная деятельность, основы теории коммуникации, теория и практика массовой информации, системы искусственного интеллекта.

Прохождение практики необходимо для дальнейшего освоения дисциплин, предусмотренных Частью Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», а именно: медиапланирование, копирайтинг и нейминг, управление коммуникационными проектами, B2B маркетинг и др.

5. Объем практики

5.1. Обязательная часть

Длительность производственной практики составляет 6 недель, общая трудоемкость практики 9 зачетных единиц, 324 часа, в том числе контактная работа 8 часов.

Сроки проведения практики: в соответствии с календарным графиком учебного процесса

Очная форма обучения:

- профессионально-творческая - 1 курс, 2 семестр; 2 курс, 4 семестр.

Заочная форма обучения.

- профессионально-творческая – 2 курс, 4 семестр; 3 курс, 6 семестр.
-

5.2. Формируемая участниками образовательных отношений

Длительность производственной (профессионально-творческой) практики составляет 4 недели, общая трудоемкость практики 6 зачетных единиц, 216 часов, в том числе контактная работа 4 часа:

Сроки проведения практики: в соответствии с календарным графиком учебного процесса

Очная форма обучения:

- профессионально-творческая - 3 курс, 6 семестр;
- Заочная форма обучения:
- профессионально-творческая - 4 курс, 8 семестр;

6. Содержание практики

6.1. Обязательная часть

Практика предусматривает:

- выполнение индивидуального задания, подготовленного руководителем практики;
- применение на практике полученных в процессе обучения знаний;
- формирование отчета, включающего результаты и выводы.

Таблица 2.1

№ п/п	Виды работы на практике	Количество часов		Код ИДК	Формы текущего контроля
		Контактная работа - консультации	СРС		
1	<i>Подготовительный этап</i> (в т.ч. вводный инструктаж; ознакомительная лекция; составление плана работы).	8	-	ОПК-2.1. ОПК-3.1.	Составленный план работы Пройденный инструктаж
2	<i>Производственный этап</i> (изучение: организационно-экономической и технико-технологической характеристик предприятия; целей, задач, функций предприятия, его организационной структуры, видов услуг, особенностей работы с потребителями)		144	ОПК-5. 1. ОПК-6. 1. ОПК-6. 2. ОПК-6. 3.	Выполненные индивидуальные задания
3	<i>Технологический (проектно-технологический) этап</i> изучение документов (отчетов, архивов, публикаций и пр.), как внутренних, так и внешних, а также данных, полученных посредством социологического исследования и личных наблюдений практиканта.		144	ОПК-1. 1. ОПК-4.1.	Выполненные индивидуальные задания
4	<i>Заключительный этап</i> (подготовка и защита отчета по производственной практике).		30	ОПК-7.1.	Собеседование Защита отчета
	ИТОГО:		324		

6.2. Формируемая участниками образовательных отношений

Практика предусматривает:

- выполнение индивидуального задания, подготовленного руководителем практики;
- применение на практике полученных в процессе обучения знаний;
- формирование отчета, включающего результаты и выводы.

Таблица 2.2

№ п/п	Виды работы на практике	Количество часов		Код ИДК	Формы текущего контроля
		Контактная работа - консультации	СРС		
1	<i>Подготовительный этап</i> (в т.ч. вводный инструктаж; ознакомительная лекция; составление плана работы).	4	-	ПКС-2	Составленный план работы Пройденный инструктаж
2	<i>Производственный этап</i> (изучение: организационно-экономической и технико-технологической характеристик предприятия; целей, задач, функций предприятия, его организационной структуры. видов услуг, особенностей работы с потребителями)		96	ПКС-3 ПКС-5 ПКС-6	Выполненные индивидуальные задания
3	<i>Технологический (проектно-технологический) этап</i> изучение документов (отчетов, архивов, публикаций и пр.), как внутренних, так и внешних, а также данных, полученных посредством социологического исследования и личных наблюдений практиканта.		96	ПКС-4 ПКС-5	Выполненные индивидуальные задания
4	<i>Заключительный этап</i> (подготовка и защита отчета по производственной практике).		20	ПКС-4	Собеседование Защита отчета
ИТОГО:		216			

7. Оценка результатов прохождения практики

7.1. Критерии оценки промежуточной аттестации.

Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

7.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций.

Оценка по производственной практике выставляется в результате суммирования баллов за выполнение заданий по практике, формирование отчета, защиты отчета (Таблицы 3,4). Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок (Таблица 3).

Таблица 3

Формы текущего контроля прохождения практики	Критерии оценки работы	Макс. количество баллов
Составленный план работы Роспись в листе инструктажей	0-3 баллов - обучающийся прошел вводный инструктаж, ответил на вопросы по инструктажу, но не предоставил план работы; 4-6 баллов - обучающийся прошел вводный инструктаж, ответил на вопросы по инструктажу и предоставил краткий план работы, требующий доработки;	10

	7-10 баллов - обучающийся прошел вводный инструктаж, ознакомительную лекцию, ответил на вопросы по инструктажу и содержанию лекции и предоставил развернутый план работы	
Выполненные индивидуальные задания производственного этапа	0-15 баллов – обучающийся рассмотрел темы задания выборочно и (или) поверхностно; 16-20 баллов – обучающийся углубленно и последовательно рассмотрел все темы-задания, но с некоторыми ошибками в описании организационных процессов и явлений. 21-30 - обучающийся выполнил все пункты индивидуального задания в полном объеме и своевременно отчитался перед руководителем практики об их выполнении	30
Выполненные индивидуальные задания технологического (проектно-технологического) этапа	0-15 баллов – обучающийся рассмотрел темы задания выборочно и (или) поверхностно; 16-20 баллов – обучающийся углубленно и последовательно рассмотрел все темы-задания, но с некоторыми ошибками в описании организационных процессов и явлений. 21-30 баллов - обучающийся выполнил все пункты индивидуального задания в полном объеме, но с незначительными ошибками и своевременно отчитался перед руководителем практики о их выполнении	30
Собеседование и защита отчета	0-10 баллов - обучающийся предоставил отчет, имеющий поверхностный анализ, проведенный в рамках индивидуальных заданий, нечеткую последовательность изложения материала; обучающийся не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы; 11-19 баллов - обучающийся предоставил отчет, в котором были допущены ошибки, имеющие несущественный характер; при его защите обучающийся показал знания вопросов темы, оперировал данными исследования. 20-30 баллов - обучающийся предоставил отчет, в полной мере раскрывающий индивидуальные задания: при его защите обучающийся показал глубокие знания вопросов темы, свободно оперировал данными исследования, правильно и грамотно ответил на все поставленные вопросы	30
ВСЕГО		100

Таблица 4

100-балльная шкала оценок	Традиционная шкала оценок	
91-100	Отлично	Зачтено
76-90	Хорошо	
61-75	Удовлетворительно	
менее 61 балла	Неудовлетворительно	Не зачтено

Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» выставляется в следующих случаях:

- невыполнение задания, полученного от руководителя практики,
- отсутствие отчета по практике,
- низкий уровень культуры исполнения заданий;
- неудовлетворительный уровень сформированности компетенций в соответствии с установленными рабочей программой практики индикаторами и уровнями усвоения.

Поскольку профессионально-творческая практика призвана формировать сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа. 1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе прохождения практики знаний, умений и навыков. 2-й этап: определение критериев для

оценки уровня обученности по итогам практики на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе прохождения практики. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по практике заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой обязательной к выработке компетенции. В качестве основного критерия при оценке обучающегося является наличие сформированных у него компетенций по результатам прохождения практики.

При проведении производственной практики осуществляется получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Для оценки результатов прохождения производственной практики определены следующие показатели оценки:

- качество оформления отчетной документации и своевременность представления руководителю практики от Университета;
- качество выполнения всех видов деятельности, предусмотренных рабочей программой практики и индивидуальным заданием и руководителя практики от Университета;
- качество доклада и ответов на вопросы.

Обстоятельства, затрудняющие выполнение практики (такие как: конфликты в коллективе, психологические трудности, а также несоответствие задач, поставленных обучающемуся руководителем практики от профильной организации, целям развития его профессиональных компетенций в области рекламы и связей с общественностью), не являются основанием для изменения места практики.

Однако, во избежание получения неудовлетворительной оценки за практику вследствие данных обстоятельств, обучающемуся желательно в течение первой недели практики уведомить о них руководителя практики от Университета.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

8.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронно-библиотечная система (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) ООО «ЭБС ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
- «Образовательная платформа ЮРАЙТ» (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) «Электронного издательства ЮРАЙТ» www.urait.ru
- Электронная библиотека/Электронный каталог Тюменского индустриального университета <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» (обеспечивающая доступ к профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам) <http://www.elibrary.ru>
- Электронно-библиотечная система (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>
- Научно-техническая библиотека ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина» <http://elib.gubkin.ru/>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» <http://bibl.rusoil.net/>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «PROFобразование» www.profspo.ru
- [Национальная электронная библиотека \(НЭБ\)](https://rusneb.ru/) <https://rusneb.ru/>

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т. ч. отечественного производства.

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office Professional Plus.

Информационно-методическим обеспечением индивидуального задания на практику, проводимую с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий являются учебно-методические материалы по организации и проведению практики, размещенные руководителем практики от университета в системе поддержки учебного процесса EDUCON2; общедоступные материалы, размещенные на официальных сайтах организаций, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовится обучающийся; иные информационно-методические и аналитические ресурсы, размещенные в сети Интернет.

9. Материально-техническое обеспечение практики

Для материально-технического обеспечения производственной практики, предусматривающей обязательную защиту отчета в стенах университета используются средства и возможности университета, либо организации, где обучающийся проходит практику.

Помещения для прохождения практики в университете укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения (Таблица 5.1, 5.2).

Таблица 5.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Производственная практика	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

10. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся на практике

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, формируемых в процессе прохождения практики:

Основными этапами формирования компетенций при проведении практики является последовательное прохождение содержательно связанных между собой разделов практики. Прохождение каждого этапа предполагает овладение необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций обучающимися.

Формы и методы текущего контроля:

- УО - устный опрос (собеседование и защита отчета);
- ПО - письменный контроль (написание отчета).

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 6

Критерии	Уровни сформированности компетенций			
	<i>Неудовлетворительный</i>	<i>Начальный</i>	<i>Базовый</i>	<i>Продвинутый</i>
	Компетенция не сформирована, либо сформирована не в полном объеме. Уровень самостоятельности практического навыка отсутствует	Компетенция сформирована. Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка

Тематика выполняемых обучающимися заданий по производственной практике включает общие, обязательные для всех обучающихся данной образовательной программы задания и индивидуальные или групповые, связанные с участием в коллективных исследованиях, разработках, подготовке и реализации проектов.

Пример индивидуального задания для профессионально-творческой практики:

1. Оформление отчета по практике;
2. Анализ и характеристика внешней и внутренней среды организации.
3. Цели, задачи и функции отдела по рекламе и связям с общественностью (при его наличии).
4. Порядок организационного, документационного и информационного обеспечения работы организации.

(оформление индивидуального задания на производственную практику представлен в Приложении 4)

Подготовительный этап

1. Вводный инструктаж;
2. Составление плана работы.

Производственный этап

1. Сбор и систематизация информации по проблемам организационного развития предприятия (организации), в том числе связям с общественностью;
2. Подготовка обзоров, аннотаций, составление рефератов и библиографии по рекламе и связям с общественностью;
3. Участие в работе семинаров, тренингов;

Технологический (проектно-технологический) этап

1. Изучение документов (отчетов, архивов, публикаций и пр.), как внутренних, так и внешних;
2. Подготовка и проведение эмпирического исследования по проблемам организационного развития предприятия (организации, учреждения) по заданию руководителя практики от организации;
3. Выполнение отдельных служебных заданий (поручений) руководителя практики;
4. Сбор и обобщение материала, необходимого для подготовки отчетных документов о практике.

Или:

1. Изучение видов деятельности предприятия (организации);

2. Исследование структуры управления предприятия (организации);
3. Изучение основных правовых и нормативных документов и материалов, регулирующих и определяющих деятельность предприятия (организации);
4. Изучение технологий рекламы и связей с общественностью;
5. Ознакомление с методами сбора, хранения и обработки информации.

Заключительный этап

Защита отчета по практике, собеседование по вопросам.

Допускается подготовка презентации по содержанию отчета по практике.

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов.
- первый слайд – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название учебного заведения; название проекта; фамилия, имя, отчество автора, номер группы, год создания.
- второй слайд - содержание, где представлены основные этапы.
- третий и последующие слайды – содержание проделанной обучающимся в отчете по практике работы.

Примерные вопросы для подготовки к зачету по производственной практике

1. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность организации – базы прохождения практики.
2. Перечислите организационно-распорядительные документы организации – базы прохождения практики.
3. Перечислите и охарактеризуйте основные направления деятельности организации.
4. Охарактеризуйте информационную базу для проведения маркетингового анализа деятельности исследуемого хозяйствующего субъекта.
5. Охарактеризуйте условия и принципы формирования политики продвижения исследуемого хозяйствующего субъекта.
6. Дайте краткую характеристику методов изучения маркетингового состояния организации.

Критерии оценки защиты отчета:

- 0-10 баллов - обучающийся предоставил отчет, имеющий поверхностный анализ, проведенный в рамках индивидуальных заданий, нечеткую последовательность изложения материала; обучающийся не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы;
- 11-19 баллов - обучающийся предоставил отчет, в котором были допущены ошибки, имеющие несущественный характер; при его защите обучающийся показал знания вопросов темы, оперировал данными исследования.
- 20-30 баллов - обучающийся предоставил отчет, в полной мере раскрывающий индивидуальные задания: при его защите обучающийся показал глубокие знания вопросов темы, свободно оперировал данными исследования, правильно и грамотно ответил на все поставленные вопросы.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего контроля и промежуточной аттестации по производственной практике для оценки компетенций обучающихся представлена в Таблице 7:

Таблица 7

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1	Индивидуальное задание	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения	Пример индивидуального задания

		обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций	
2	Отчет по практике	Средство контроля прохождения учебной практики, в котором представляются результаты выполнения задания по прохождению данного вида практики. При оценивании отчета учитывается уровень сформированности компетенций	Рабочий план-график проведения практики; индивидуальные задания по учебной практике
3	Защита (собеседование)	Средство контроля усвоения программы практики, организованное в виде собеседования преподавателя с обучающимися. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций обучающегося. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию практики, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями	Комплект вопросов к зачету

Зачет проводится после завершения прохождения практики. Форма проведения зачета – устный зачет с представлением отчета, содержащего результаты выполненных индивидуальных заданий. Оценка складывается из интегрированной оценки, включающей в себя оценки содержания отчета, оценки за выполнение индивидуального задания и оценку результатов собеседования (защиты отчета по практике). Итоговая оценка по производственной практике выставляется на титульном листе работы, в экзаменационной ведомости и зачетной книжке обучающегося.

11. Требование к объему, структуре и оформлению отчета по практике

Отчет по производственной практике составляется обучающимся в период пребывания в профильной организации в соответствии с рабочей программой прохождения практики. Отчет должен содержать:

- титульный лист (Приложение 3);
- индивидуальное задание (Приложение 4);
- содержание (Приложение 5);
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список использованных источников (Приложение 6);
- приложения.

К отчету по практике прилагается лист проведения инструктажей (Приложение 7) и характеристика руководителя практики от профильной организации (оформляется в свободной форме).

Введение содержит:

- краткую характеристику профильной организации: полное фирменное наименование в соответствии с уставом, организационно-правовой статус, местоположение, основной вид экономической деятельности, виды выпускаемой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг.

- цели и задачи практики;
- сроки практики.

Основная часть содержит теоретико-правовую и исследовательскую проработку примерных заданий.

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам практики, оценку полноты решения типовых и индивидуальных заданий и оценку практической работы в соответствии с будущей квалификацией.

Приложения к отчету включают справочные материалы, связанные с прохождением практики, материалы внутрифирменной отчетности профильной организации и т.д.

Оформление результатов практики

Результаты производственной практики оформляются в виде *отчета по практике*.

Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты отчета по практике. По итогам положительной аттестации обучающимся выставляется оценка в балах (91-100 – «отлично», 76-90 – «хорошо», 61-75 – «удовлетворительно», 0-60 – «неудовлетворительно»).

Объем отчета - 30–40 страниц компьютерного текста без учета приложений. Текст печатается шрифтом «TimesNewRoman» размером 14 пт через 1,5 интервала. Формат бумаги А4, поля: верхнее и нижнее - 2 см, правое - 1 см, левое - 3 см. Отчет подшивается в папку-скоросшиватель.

Все страницы отчета нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы. Номер страницы проставляется внизу страницы по центру, на всех листах, кроме титульного.

В содержание отчета по практике включают номера и наименования разделов и подразделов с указанием номеров листов (страниц). Слово «СОДЕРЖАНИЕ» записывают в виде заголовка прописными буквами. Наименования структурных элементов «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», включенные в содержание, записывают прописными буквами (Приложение 5).

Иллюстрации, схемы, графики, диаграммы и т.д. должны иметь название. Их нумерация должна быть в пределах каждой главы (например, Рисунок 1.2). Табличный материал оформляется в виде таблиц, в правом углу листа над заголовком таблицы помещают надпись «Таблица» с указанием ее номера (например, таблица 1.3), нумерация также должна быть в пределах главы, заголовок таблицы пишется по середине листа.

Пример оформления списка использованных источников представлен в Приложении 6.

Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение», его порядкового номера (без знака №); оно должно иметь тематический заголовок, отражающий содержание данного приложения, выполненный прописными буквами.

Отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от профильной организации, после чего он дает письменную характеристику о выполнении обучающимся программы практики. Характеристика заверяется подписью руководителя практики от профильной организации или Университета и печатью.

12. Методические указания по прохождению практики

Овладение основами организации самостоятельной учебной деятельности в процессе прохождения производственной практики

Производственная практика проходит в форме самостоятельной работы, а также практической работы в направленной организации. При подготовке к каждому виду занятий необходимо помнить особенности формы его проведения.

Подготовка к самостоятельной работе. При подготовке и самостоятельной работе во время проведения практики следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время практики, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к самостоятельной работе в период проведения производственной практики заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью

осознания задач практики.

Самостоятельная работа в период проведения практики включает несколько моментов: консультирование обучающихся руководителями практики от университета и организации с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенного руководителем задания, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в организации; ознакомление с основной и дополнительной литературой, необходимой для прохождения практики; обобщение эмпирических данных, полученных в результате работы в организации; своевременная подготовка отчетной документации по итогам прохождения практики и представление ее руководителю практики от кафедры; успешное прохождение промежуточной аттестации по итогам практики.

Практическая работа в организации в период проведения практики включает несколько моментов: ознакомление с индивидуальным заданием на период прохождения практики в организации; сбор данных и эмпирических материалов, необходимых для выполнения индивидуального задания на период прохождения практики; несение ответственности за выполняемую работу в организации и ее результаты по итогам практики.

Продолжительность рабочего дня обучающихся при прохождении практики в организациях составляет для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет не более 35 часов в неделю (ст. 92 Трудового кодекса РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст. 91 Трудового кодекса РФ).

Обработка, обобщение полученных результатов самостоятельной работы проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается руководителю практики. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки на защите практики.

Подготовка к дифференцированному зачету. К дифференцированному зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней прохождения практики. При подготовке к зачету (с оценкой) необходимо обратить внимание на защиту отчета по итогам прохождения практики на основе выданных индивидуальных заданий и утвержденной рабочей программы практики.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по итогам прохождения практики

Руководство производственной практикой

Руководство производственной практикой осуществляется одновременно:

- руководителем практики от Университета - преподавателем кафедры маркетинга и муниципального управления;
- руководителем практики от профильной организации: руководителями предприятия, руководителями отделов т.д.

Руководитель практики от Университета:

- проводит организационные собрания с обучающимися перед началом практики;
- устанавливает связь с руководителем (-ями) практики от профильной организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ОПОП ВО;
- оформляет направление на практическую подготовку в форме практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам или-перемещении их по видам работ в Университете или в профильной организации;

- обеспечивает регистрацию обучающихся Университета (граждан–Российской Федерации) и своевременную постановку на миграционный учет иностранных обучающихся Университета по месту прохождения практики;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- участвует в определении процедур оценки результата освоения компетенций, формирует оценочные материалы;
- осуществляет контроль за своевременным предоставлением обучающимися отчетов по практике;
- оценивает результаты прохождения практической подготовки в форме практики обучающимися.

Руководитель практики от профильной организации:

- предоставляет копию приказа или письмо о назначении руководителя (-ей) практики от профильной организации;
- согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляет рабочие места обучающимся;
- обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Обучающийся в период прохождения производственной практики:

выполняет индивидуальные задания, предусмотренные рабочей программой практики;

- соблюдает правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдает требования охраны труда и пожарной безопасности;
- несет ответственность за выполняемую работу и ее результаты;
- по окончании практики к установленному сроку представляет руководителю практики от Университета письменный отчет;
- проходит промежуточную аттестацию по итогам практики.

Направление обучающегося на практику оформляется следующими документами:

- приказом о направлении на практику;
- договором о прохождении практики или письмом с предприятия, подтверждающего согласие руководства принять обучающегося на практику и обеспечить условия для прохождения практики.

Функциональное руководство договорными отношениями осуществляют уполномоченные службы Университета и уполномоченные лица от профильной организации, где обучающиеся планируют проходить практику. Типовой договор о прохождении производственной практики обучающимся регламентирует обязательства профильной организации по обеспечению необходимых условий для прохождения практики в установленные сроки.

Место для прохождения производственной практики обучающиеся могут искать самостоятельно, посещая собеседования, либо использовать в качестве базы практики организацию, в которой они работают. В этих случаях за 1 месяц до начала практики обучающиеся должны представить на кафедру гарантийное письмо, подписанное руководителем профильной организации и заверенное печатью с согласием обеспечить прохождение практики.

Обучающихся, не представивших в установленный срок гарантийные письма, базами практики обеспечивает кафедра.

Предварительный список распределения обучающихся по базам практики составляется для

ознакомления за три недели до начала практики. После этого проводится окончательное согласование и подготовка проекта приказа о проведении производственной практики.

Приказ о проведении производственной практики с распределением обучающихся по базам практик и закреплением руководителей утверждается за 14 дней до ее начала приказом директора Подразделения.

Отчет и характеристика рассматриваются руководителем практики от Университета. Отчет предварительно оценивается и допускается к защите после проверки его соответствия требованиям, предъявляемым рабочей программой практики.

Процесс защиты предполагает определение руководителем практики от Университета уровня овладения обучающимся практическими навыками работы и степени применения на практике полученных в период обучения теоретических знаний. После защиты отчета руководитель выставляет общую оценку, в которой отражается как качество представленного отчета, так и уровень подготовки обучающегося к практической деятельности.

При оценке отчета по практике принимается во внимание содержание отчета, обоснованность выводов и предложений, правильность и компетентность ответов обучающегося на заданные вопросы, уровень его профессиональной подготовки и оформление отчета.

Сданный на кафедру отчет и результат защиты, зафиксированный в ведомости и зачетной книжке обучающегося, служат свидетельством успешного окончания практики. Формой подведения итогов практики является зачет с оценкой.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Вид практики: производственная

Тип практики: профессионально-творческая

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность(профиль): Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по практике	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ОПК-1	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знать З.1 Продукт профессиональной деятельности	Не знает продукт профессиональной деятельности	Знает продукт профессиональной деятельности, допуская ошибки	Знает продукт профессиональной деятельности Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает продукт профессиональной деятельности
		Уметь У.1. осуществлять 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	Не умеет осуществлять 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	Умеет осуществлять 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, допуская ошибки	Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет осуществлять 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

ОПК-2	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития	Знать 3.2 тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Не знает тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, допуская ошибки	Знает тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
		Уметь У.2 соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Не умеет соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Умеет соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Умеет соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет соблюдать принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах
		Владеть В.1. принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Не владеет принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Умеет владеть принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах, допуская ошибки	Умеет владеть принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет владеть принципами объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах

ОПК-3	ОПК-3.1 Применяет средства художественной выразительности в создаваемых текстах и (или) продуктах	Знать З.3. достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Не знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, допуская ошибки	Знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		Уметь У.3. демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Не умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, допуская ошибки	Умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		Владеть В.2. навыками учета достижений отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Не владеет достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Умеет владеть достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, допуская ошибки	Умеет владеть достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет владеть достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-4	ОПК-4.1 Учитывает основные характеристики и целевой аудитории при создании текстов и (или) продуктов	Знать 3.4 Основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений	Не знает основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений	Знает основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений продуктов, допуская ошибки	Знает основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений
		Уметь У.4 идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Не умеет идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Умеет идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп, допуская ошибки	Умеет идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

		Владеть В.3 методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем	Не владеет методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем	Умеет владеть методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем, допуская ошибки	Умеет владеть методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет владеть методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем.
ОПК-5	ОПК-5.1 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать 3.5 Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Не знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, допуская ошибки	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

		Уметь У.5 выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Не умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, допуская ошибки	Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-6	ОПК-6.1. Использует основы информационных технологий	Знать 3.6 основы информационных технологий	Не знает основы информационных технологий	Знает основы информационных технологий, допуская ошибки	Знает основы информационных технологий. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает основы информационных технологий
		Уметь У.6. использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций	Не умеет использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций	Умеет использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций, допуская ошибки	Умеет использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций

	Владеть В.4. навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах	Не владеет навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах	Умеет владеть навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах, допуская ошибки	Умеет владеть навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет владеть навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах
ОПК-6.2. Применяет принципы их использования для решения профессиональных задач.	Знать 3.7. принципы работы с различными программными средствами меть использовать программные средства для решения профессиональных задач	Не знает принципы работы с различными программными средствами меть использовать программные средства для решения профессиональных задач	Знать принципы работы с различными программными средствами меть использовать программные средства для решения профессиональных задач, допуская ошибки	Знать принципы работы с различными программными средствами меть использовать программные средства для решения профессиональных задач Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает принципы работы с различными программными средствами меть использовать программные средства для решения профессиональных задач
	Владеть В.5. навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности	Не владеет навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности	Умеет владеть навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности, допуская ошибки	Умеет владеть навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет владеть навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности

	ОПК-6.3. Использует полученные результаты исследований в решении задач профессиональной деятельности.	Знать 3.8. принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач	Не знает принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач	Знает принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач, допуская ошибки	Знает принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач
		Уметь У.7. проводить теоретические и эмпирические исследования на основе информационных технологий	Не умеет проводить теоретические и эмпирические исследования на основе информационных технологий	Умеет проводить теоретические и эмпирические исследования на основе информационных технологий, допуская ошибки	Умеет проводить теоретические и эмпирические исследования на основе информационных технологий. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет проводить теоретические и эмпирические исследования на основе информационных технологий
		Владеть В.6. навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности	Не владеет навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности	Умеет владеть навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности, допуская ошибки	Умеет владеть навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве умеет владеть навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности
ОПК-7.	ОПК-7.1. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами	Знать 3.9. Цеховые принципы социальной ответственности и, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Не знает цеховые принципы социальной ответственности и, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает цеховые принципы социальной ответственности и, типовые эффекты и последствия профессиональных задач, допуская ошибки	Знает цеховые принципы социальной ответственности и, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает цеховые принципы социальной ответственности и, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

		<p>Уметь У.8.осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Не умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом, допуская ошибки</p>	<p>Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач</p>	<p>В совершенстве умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>
		<p>Владеть В.7. методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Не владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	<p>Умеет владеть методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом, допуская ошибки</p>	<p>Умеет владеть методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач</p>	<p>В совершенстве умеет владеть методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Вид практики: производственная

Тип практики: профессионально-творческая

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по практике	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-2.	ПКС-2.1 Осуществляет сбор, обработку и анализ маркетинговой информации	Знать 3.10. нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	Не знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, допуская ошибки	Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		Уметь У.9. систематизировать и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	Не систематизирует и не обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	Частично систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	В большинстве случаев систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	Способен систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации
		Владеть В.8 навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	Не владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	Умеет владеть навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации, допуская ошибки	Умеет владеть навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации

	ПКС-2.2 Применяет методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	Уметь У.10. проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	Не умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	Частично умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	В большинстве случаев умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	В совершенстве умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
		Владеть В.9 формированием предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Не владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Умеет владеть навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации, допуская ошибки	Умеет владеть навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПКС-3.	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.11. Гражданское законодательство Российской Федерации	Не знает гражданское законодательство Российской Федерации	Знает гражданское законодательство Российской Федерации, допуская ошибки	Знает гражданское законодательство Российской Федерации. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает гражданское законодательство Российской Федерации
		Знать 3.12. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Не знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, допуская ошибки	Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.13. основы проектной деятельности	Не знает основы проектной деятельности	Знает основы проектной деятельности, допуская ошибки	Знает основы проектной деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает основы проектной деятельности
	Знать 3.14. основные принципы организации рекламной кампании	Не знает основные принципы организации рекламной	Знает основные принципы организации рекламной, допуская ошибки	Знает основы основные принципы организации рекламной. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает основные принципы организации рекламной
	Умеет У.12. подготавливать предложения подразделения м, осуществляющ им разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Не способен подготавливать предложения подразделения м, осуществляющ им разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Способен в отдельных случаях подготавливать предложения подразделения м, осуществляющ им разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	В большинстве случаев способен подготавливать предложения подразделения м, осуществляющ им разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Способен подготавливать предложения подразделения м, осуществляющ им разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
	Владеть В.10. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Не способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Способен в отдельных случаях организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	В большинстве случаев способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

ПКС-4.	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности и основные технологические решения	Знать 3.15. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж	Не знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж	Знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж, допуская ошибки	Знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
		Уметь У.13. использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Не способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Способен в отдельных случаях использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	В большинстве случаев способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
		Уметь У.14. разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Не способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Способен в отдельных случаях разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	В большинстве случаев способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
		Владеть В.11. процессом выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	Не способен осуществлять выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	Способен в отдельных случаях осуществлять выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	В большинстве случаев способен осуществлять выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	Способен осуществлять выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

ПКС-4.2 Формулирует вопросы управления развитием организации	Знать 3.16. маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Не знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента, допуская ошибки	Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
	Уметь У.15. разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	Не способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	Способен в отдельных случаях разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	В большинстве случаев способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	Способен разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
	Уметь У.16 формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	Не способен формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	Способен в отдельных случаях формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	В большинстве случаев способен формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	Способен формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
	Владеть В.12. навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	Не осуществляет представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	Способен в отдельных случаях осуществлять представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	В большинстве случаев способен осуществлять представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	Способен осуществлять представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

<p>ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности и основные технологические решения по продвижению продукции предприятия</p>	<p>Знать 3.17. технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p>	<p>Не знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p>	<p>Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, допуская ошибки</p>	<p>Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач</p>	<p>В полном объеме знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p>
	<p>Уметь У.17. интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Не умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Частично умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>В большинстве случаев умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>В совершенстве умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>
	<p>Уметь У.18. разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>Не разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>Способен в отдельных случаях разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>В большинстве случаев способен разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>Способен разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>
	<p>Владеть В.13. навыками планирования мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>	<p>Не осуществляет планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>	<p>Способен в отдельных случаях осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>	<p>В большинстве случаев способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>	<p>Способен осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>

	Владеть V.14. навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Не осуществляет согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Способен в отдельных случаях осуществлять согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	В большинстве случаев способен осуществлять согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Способен осуществлять согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности и технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать 3.18. принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Не знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков	Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков, допуская ошибки	Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков
	Уметь У.19. работать с системой управления контентом (CMS)	Не работает с системой управления контентом (CMS)	Способен в отдельных случаях работать с системой управления контентом (CMS)	В большинстве случаев способен работать с системой управления контентом (CMS)	Способен работать с системой управления контентом (CMS)
	Владеть B.15. навыками оценки возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	Не осуществляет оценку возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	Способен в отдельных случаях осуществлять оценку возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	В большинстве случаев способен осуществлять оценку возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру	Способен осуществлять оценку возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру
	Владеть B.16. навыками перемещения информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	Не осуществляет перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	Способен в отдельных случаях осуществлять перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	В большинстве случаев способен осуществлять перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов	Способен осуществлять перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов

		Владеть В.17. навыками проверки правильности отображения внесенных изменений	Не осуществляет проверку правильности отображения внесенных изменений	Способен в отдельных случаях осуществлять проверку правильности отображения внесенных изменений	В большинстве случаев способен осуществлять проверку правильности отображения внесенных изменений	Способен осуществлять проверку правильности отображения внесенных изменений
ПКС-5.	ПКС-5.1 Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.	Знать 3.19. основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Не знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, допуская ошибки	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		Уметь: У.20. находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Не умеет находить и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Частично умеет находить и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	В большинстве случаев умеет находить и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	В совершенстве умеет находить и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
		Владеть: В.18. навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Не осуществляет анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Способен в отдельных случаях осуществлять анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	В большинстве случаев способен осуществлять анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	Способен осуществлять анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
	ПКС-5.2 Использует методы и инструменты маркетингового исследования	Знать: 3.20. методы проведения маркетингового исследования	Не знает методы проведения маркетингового исследования	Знает методы проведения маркетингового исследования, допуская ошибки	Знает методы проведения маркетингового исследования. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает методы проведения маркетингового исследования

		Уметь У.21 составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Не умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Частично умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	В большинстве случаев умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	В совершенстве умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		Уметь У.22 создавать отчеты по результатам маркетингового исследования	Не умеет создавать отчеты по результатам маркетингового исследования	Частично умеет создавать отчеты по результатам маркетингового исследования	В большинстве случаев умеет создавать отчеты по результатам маркетингового исследования	В совершенстве умеет создавать отчеты по результатам маркетингового исследования
		Уметь У.23 давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	Не умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	Частично умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	В большинстве случаев умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	В совершенстве умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
		Владеть: В.19. навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Не осуществляет подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Способен в отдельных случаях осуществлять подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	В большинстве случаев способен осуществлять подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Способен осуществлять подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований
ПКС-6.	ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии.	Знать 3.21. современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности	Не знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности	Знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская ошибки	Знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности

	Уметь У.24. применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	Не умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	Частично умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	В большинстве случаев умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	В совершенстве умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
ПКС-6.2. Уточняет структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений.	Знать 3.22. полномочия и функции подразделений организации	Не знает полномочия и функции подразделений организации	Знает полномочия и функции подразделений организации, допуская ошибки	Знает полномочия и функции подразделений организации. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает полномочия и функции подразделений организации
	Уметь У.25. определять особенности организационной структуры	Не умеет определять особенности организационной структуры	Частично умеет определять особенности организационной структуры	В большинстве случаев умеет определять особенности организационной структуры	В совершенстве умеет определять особенности организационной структуры
	Владеть В.20. методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры	Не владеет методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры	Умеет владеть методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры, допуская ошибки	Умеет владеть методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве владеет методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры
ПКС-6.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.	Знать 3.23. современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности	Не знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности	Знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности, допуская ошибки	Знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности

	Уметь У.26. применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	Не умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	Частично умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	В большинстве случаев умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	В совершенстве умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
	Владеть В.21. специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности	Не владеет специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности	Владеет специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности, допуская ошибки	Владеет специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве владеет специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	Уметь У.27. проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности	Не умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.	Частично умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.	В большинстве случаев умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.	В совершенстве умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.
	Владеть В.22. навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Не владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации, допуская ошибки	Владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В совершенстве владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации

ПКС-6.5. Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ.	Знать 3.24. аналитику данных	Не знает аналитику данных	Знает аналитику данных, допуская ошибки	Знает аналитику данных. Испытывает трудности в решении нетипичных практических задач	В полном объеме знает аналитику данных
	Уметь У.28. обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Не умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Частично умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	В большинстве случаев умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	В совершенстве умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта

КАРТА обеспеченности практики учебной и учебно-методической литературой

Вид практики: производственная

Тип практики: профессионально-творческая

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляро в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного вариантов ЭБС (+/-)
1	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / ред.: С. В. Карпова, С. В. Мхитарян. - М: Издательство Юрайт, 2022. - 404 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт" https://urait.ru/bcode/490035	ЭР*	25	100	+
2	Синяева, Инга Михайловна. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2022. - 552 с. - (Бакалавр. Академический курс). – ЭБС «Юрайт». _ Текст: непосредственный. - URL: https://urait.ru/bcode/488737	ЭР*	25	100	+
3	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ЭБС «Юрайт». — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : непосредственный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489043	ЭР*	25	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ
<http://webirbis.tsogu.ru/>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса и отраслевого управления
Кафедра маркетинга и муниципального управления

ОТЧЕТ

по производственной (профессионально-творческой) практике

Место практики: «»

Выполнил: студент гр. ДМб-22-1
Иванов К.П.
Руководитель от организации:
Директор «»
Петров М.И.
Руководитель от кафедры:
к.с.н., доцент
Устинова О.В.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное бюджетное
 образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки/специальность/профессия _____

Профиль/программа/специализация _____

Очной/заочной формы обучения, группы _____

Вид практики _____

Тип практики _____

Срок прохождения практической подготовки: с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

Цель прохождения практики _____

Задачи практики _____

Индивидуальное задание на практику:

1. Оформление отчета по практике;
2. Анализ и характеристика внешней и внутренней среды организации.
3. Цели, задачи и функции отдела по рекламе и связям с общественностью (при его наличии).
4. Порядок организационного, документационного и информационного обеспечения работы организации.
5. Осуществление систематизации и анализа собранных материалов.

Планируемые результаты:

—
—
—

Руководитель практики от университета _____ / _____

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от профильной организации _____ / _____

Руководитель структурного подразделения университета* _____ / _____

Задание принято к исполнению «__» _____ 20__ г.

Обучающийся _____ / _____

* - в случае проведения практической подготовки на базе университета

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Организационно-правовая характеристика «».....	5
1.1.Цели, задачи и направления деятельности.....	5
1.2.Организационные процессы и явления.....	10
2. Системы функциональных процессов в «».....	15
2.1. Анализ системы функциональных процессов предприятия	15
2.2. Разработка алгоритма технологических, информационных и трудовых процессов функциональных подразделений предприятия в соответствии с требованиями потребителя.....	17
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	25
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	30
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	31

Список использованных источников

Структура библиографического списка:

1. Международные официальные документы.
2. Законодательные и нормативные акты, другие документы и материалы органов государственной власти и местного самоуправления Российской Федерации.
3. Монографии, диссертации, научные сборники, учебники.
4. Научные статьи и другие публикации периодических изданий.
5. Источники статистических данных, энциклопедии, словари.

Одноуровневое библиографическое описание

Книга 1 автора

Мазалов В. В. Математическая теория игр и приложения / В. В. Мазалов. - Москва : Лань, 2017. - 448 с. - Текст : непосредственный.

Книга 2 авторов

Дремлюга С. А. Основы маркетинга : учеб.-метод. пособие / С. А. Дремлюга, Е. В. Чупашева ; ред. Г. И. Герасимова. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 84 с. - Текст : непосредственный.

Книга 3 авторов

Агафонова Н. Н. Гражданское право : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Агафонова, Т. В. Богачева, Л. И. Глушкова. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Саратов : Юрист, 2011. - 542 с. - Текст : непосредственный.

Книга 4-х авторов

Описание начинается с заглавия. В сведениях об ответственности приводятся имена всех авторов.

Английский язык для инженеров : учебник для студентов вузов / Т. Ю. Полякова, А. Н. Швецов, А. А. Суконщиков, Д. В. Кочкин. - Москва : Академия, 2016. - 559 с. - Текст : непосредственный.

Книга 5 авторов и более

Описание начинается с заглавия. В сведениях об ответственности приводятся имена первых трех авторов и [и др.].

Распределенные интеллектуальные информационные системы и среды : монография / А. Н. Швецов, А. А. Суконщиков, Д. В. Кочкин [и др.] ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Вологодский государственный университет. - Курск : Университетская книга, 2017. - 196 с. - Текст : непосредственный.

Книга под заглавием

Эксплуатация магистральных газопроводов : учебное пособие / ТюмГНГУ ; ред. Ю. Д. Земенков. - Тюмень : Вектор Бук, 2009. - 526 с. - Текст : непосредственный.

Методические указания

Гидравлика : методические указания по выполнению контрольной работы для студентов направления 21.03.01 Нефтегазовое дело всех профилей и форм обучения / ТюмГНГУ ; сост. : М. Ю. Земенкова [и др.]. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2015. - 30 с. - Текст : непосредственный.

Материалы конференции

Проблемы инженерного и социально-экономического образования в техническом вузе в условиях модернизации высшего образования : материалы регион. науч.-метод. конф. - Тюмень : ТюмГАСУ, 2016. - 319 с. - Текст : непосредственный.

Статья из материалов конференции

Аксенова Н. А. Анализ состояния технологических средств и технологий вскрытия продуктивных горизонтов / Н. А. Аксенова, В. В. Салтыков. - Текст : непосредственный // Моделирование технологических процессов бурения, добычи и транспортировки нефти и газа на основе современных информационных технологий : вторая всерос. науч.-техн. конф. 19-21

апр. 2000 г. - Тюмень, 2000. - С. 8-9.

Труды

Комплексирование геолого-геофизических методов исследования при локальном прогнозе и разведке нефти и газа в Западной Сибири : труды ЗапСибНИГНИ. - Тюмень: ЗапСибНИГНИ, 1993. - 442 с. - Текст : непосредственный.

Статья из сборника трудов

Демичев С. С. Методы предупреждения газо- и пескопооявлений в слабосцементированных коллекторах / С. С. Демичев. - Текст : непосредственный // Комплексирование геолого-геофизических методов исследования при локальном прогнозе и разведке нефти и газа в Западной Сибири : труды ЗапСибНИГНИ. - Тюмень, 1993. - С. 140-142.

Словари, энциклопедии

Англо-русский, русско-английский словарь : 15 000 слов / сост. Т. А. Карпова. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. - 446 с. - Текст : непосредственный.

Кузьмин Н. И. Автомобильный справочник-энциклопедия : [около 3000 названий и терминов] / Н. А. Кузьмин, В. И. Песков. - Москва : ФОРУМ, 2014. - 287 с. - Текст : непосредственный.

Диссертация

Растрогин, А. Е. Исследование и разработка процесса циклического дренирования подгазовых зон нефтегазовых месторождений : дис. ... канд. техн. наук : 25.00.17 / А. Е. Растрогин ; ЗапСибНИГНИ. – Тюмень, 2015. – 150 с.

Сборник

50 лет геологоразведочному факультету Тюменского индустриального института : сб. ст. / ТюмГНГУ ; сост. Е. М. Максимов. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2016. - 194 с. - Текст : непосредственный.

Диссертация

Растрогин А. Е. Исследование и разработка процесса циклического дренирования подгазовых зон нефтегазовых месторождений : 25.00.17 : дис. ... канд. техн. наук / А. Е. Растрогин ; ЗапСибНИГНИ. - Тюмень, 2015. - 150 с. - Текст : непосредственный.

Автореферат

Барышников А. А. Исследование и разработка технологии увеличения нефтеотдачи применением электромагнитного поля : 25.00.17 : автореф. дис. ... канд. техн. наук / А. А. Барышников ; ТюмГНГУ. - Тюмень, 2015. - 23 с. - Текст : непосредственный.

Патенты

Пат. 2530966 Российская Федерация, МПК E01H4/00 E01C23/00. Устройство для ремонта автозимников : № 2013129881/03 : заявл. 28.06.2013 : опубл. 20.10.2014 / Мерданов Ш. М., Карнаухов Н. Н., Иванов А. А., Мадьяров Т. М., Иванов А. А., Мерданов М. Ш. ; патентообладатель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тюменский государственный нефтегазовый ун-т» (ТюмГНГУ). - Текст : непосредственный.

Авторские свидетельства

А. с. 1810435 Российская Федерация, МПК5 E02F5/12. Устройство для уплотнения дорожных насыпей : № 4797444 : заявл. 09.01.90 : опубл. 23.04.93 / Карнаухов Н. Н., Мерданов Ш. М., Иванов А. А., Осипов В. Н., Зольников С. П. ; заявитель Тюменский индустриальный институт им. Ленинского комсомола. - Текст : непосредственный.

Отчеты о НИР, депонированные научные работы

Экспериментально-теоретические исследования взаимодействий в системе "транспортный комплекс - окружающая среда" в северных регионах Западной Сибири : отчет о НИР / ТюмГНГУ ; рук. Н. Н. Карнаухов ; отв. исполн. Ш. М. Мерданов ; исполн. : Г. Г. Закирзаков [и др.]. - Тюмень, 2006. - 187 с. - № ГР 01.200600740. - Текст : непосредственный.

Разумовский В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев ; Ин-т экономики города. - Москва, 2002. - 210 с. – Деп. в ИНИОН

Рос.акад. наук. 15.02.2002, № 139876.

ГОСТы

ГОСТ Р 57618.1–2017. Инфраструктура маломерного флота. Общие положения : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утв. и введ. в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 17 августа 2017 г. № 914-ст : введ. впервые : дата введ. 2018-01-01 / разработан ООО «Техречсервис». - Москва :Стандартинформ, 2017. - 7 с. - Текст : непосредственный.

Официальные документы

Российская Федерация. Законы. Уголовный кодекс Российской Федерации: УК : текст с изм. и доп. на 1 августа 2017 г. – Москва: Эксмо, 2017. - 350 с. - Текст : непосредственный.

Законы РФ

Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : федеральный закон № 131-ФЗ : принят Государственной думой 16 сентября 2003 года : одобрен Советом Федерации 24 сентября 2003 года. - Москва : Проспект ; Санкт-Петербург : Кодекс, 2017. - 158 с. - Текст : непосредственный.

Правила

Правила обеспечения безопасности при выводе из эксплуатации ядерных установок ядерного топливного цикла: (НП-057-17) : официальное издание : утв. Федеральной службой по экологическому, технологическому и атомному надзору от 14.06.17 : введ. в действие 23.07.17. – Москва: НТЦ ЯРБ, 2017.- 32 с.- Текст : непосредственный.

Нормативная документация:

СП, РД, ПБ, СО

Правила безопасности при обслуживании гидротехнических сооружений и гидромеханического оборудования энергоснабжающих организаций : РД 153-34.0-03.205-2001 : утв. М-вом энергетики Рос. Федерации 13.04.01 :введ. в действие с 01.11.01. - Москва : ЭНАС, 2001. - 158 с. - Текст : непосредственный.

Правила устройства и безопасной эксплуатации подъемников (вышек) : ПБ 10-256-98 : утв. Ростехнадзором России 24.11.98 : обязат. для всех мин-в, ведомств, предприятий и орг., независимо от их орг.-правовой формы и формы собственности, а также для индивидуальных предпринимателей. - Санкт-Петербург : ДЕАН, 2001. - 110 с. - Текст : непосредственный.

Описание отдельного тома или части

Ефимченко С. И. Расчет и конструирование машин и оборудования нефтяных и газовых промыслов : учебник для студентов вузов. В 2 ч. Ч. 1. Расчет и конструирование оборудования для бурения нефтяных и газовых скважин / С. И. Ефимченко, А. К. Прыгаев. - Москва : Нефть и газ РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина. - 2006. - 734 с. - Текст : непосредственный.

Многоуровневое (многотомное) библиографическое описание

Казьмин В. Д. Справочник домашнего врача. В 3 ч. Ч. 2. Детские болезни / В. Д. Казьмин. – Москва : АСТ :Астрель, 2002. – 503 с. - Текст : непосредственный

Савельев И. В. Курс общей физики : в 3 т. : учеб.пособие / И. В. Савельев. – 2-е изд., перераб. – Москва : Наука, 1982. – Т. 1–3. - Текст : непосредственный

Аналитическое описание (описание части документа)

Статья из журнала

Афанасьев А. А. Совмещенное исполнение электрической машины и магнитного редуктора / А. А. Афанасьев. - Текст : непосредственный // Электротехника. - 2017. - № 1. - С. 34-42.

Статья 5-ти авторов и более

Влияние условий эксплуатации на наработку штанговых винтовых насосных установок / Б. М. Латыпов, С. А. Дремлюга, Е. В. Чупашева [и др.]. - Текст : непосредственный //

Нефтегазовое дело. - 2016. - Т. 15, № 2. - С. 55-60.

Статья из газеты

Горбунова И. Обучить, чтобы учить / И. Горбунова. - Текст : непосредственный // Тюменский курьер. - 2016. - 28 дек. (№ 15). - С. 2-8

(серийного издания)

Щербина, М. В. Об удостоверениях, льготах и правах / М. В. Щербина. - Текст : непосредственный // Крымская правда. – 2017. - 25 нояб. (№ 217). - С. 2.

Статьи из сборника

Рогожин П. В. Современные системы передачи информации / П. В. Рогожин. - Текст : непосредственный // Компьютерная грамотность : сб. ст. / сост. П. А. Павлов. - 2-е изд. - Москва, 2001. - С. 68-99.

Шалкина, Т. Н. Использование метода экспертных оценок при оценке готовности выпускников к профессиональной деятельности / Т. Н. Шалкина, Д. Р. Николаева. - Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современной науки: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. - Москва, 2012. - С. 199-205.

Глава из книги

Глазырин Б. Э. Автоматизация выполнения отдельных операций в Word 2000 / Б. Э. Глазырин. - Текст : непосредственный // Office 2000 : самоучитель / Э. М. Берлинер, И. Б. Глазырина, Б. Э. Глазырин. - 2-е изд., перераб. - Москва, 2002. - Гл. 14. - С. 281-298.

Электронные ресурсы

Сайт

ЛУКОЙЛ : Нефтяная компания : [сайт]. - URL : <http://www.lukoil.ru> (дата обращения: 09.06.2019). - Текст : электронный.

Составная часть сайта

Интерактивная карта мира / Google. - Изображение : электронное // Maps-of-world.ru = Карта мира : [сайт]. - URL : <http://www.maps-world.ru/online.htm> (дата обращения: 01.07.2019).

План мероприятий по повышению эффективности госпрограммы «Доступная среда». - Текст : электронный // Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации : официальный сайт. - 2017. - URL : <http://rosmintrud.ru/docs/1281> (дата обращения : 08.04.2017).
:<http://www.gpntb.ru/win/search/help/el-cat.html>. – Загл. с экрана.

Статья из журнала

Янина О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева. – Текст : электронный // Социальные науки. - 2018. - № 1. – URL : http://academymanag.ru/journal/Yanina_Fedosееva_2pdf (дата обращения: 04.06.2018).

Статья из журнала (сDOI)

Московская А. А. Между социальным и экономическим благом : конфликт проектов легитимации социального предпринимательства в России / А. А. Московская, А. А. Берендяев, А. Ю. Москвина. - DOI 10.14515/monitoring.2017.6.02. - Текст : электронный // Мониторинг общественного мнения : экономические и социальные перемены. - 2017. - № 6. - С. 31-35. - URL : http://wcion.ru/fileadmin/file/monitoring/2017/142/2017_142_02Moskovsaya.pdf (дата обращения : 11.03.2019).

Презентация из электронного журнала

Бахтурина Т. А. От MARC 21 к модели BIBFRAME : эволюция машиночитаемых форматов Библиотеки конгресса США : [презентация : материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Румянцевские чтения 2017», Москва, 18-19 апреля 2017 г.] / Т. А. Бахтурина. - Текст : электронный // Теория и практика каталогизации и поиска библиотечных ресурсов : электронный журнал. - URL : <http://www.nilc.ru/journal/>. - Дата публикации: 21 апреля 2017.

Литература на английском языке

Книга

Timoshenko S. P. Vibration problems in engineering / S. P. Timoshenko, D. H. Young, K. W. Weaver. - Moscow :KromPubl, 2013. - 508 p. - Direct text.

Статья из журнала

Sergeev A. Considering the economical nature of investment agreement when deciding practical issues / A. Sergeev, T. Tereshchenko. - Direct text.

// Pravo. – 2003. -№ 7. - P. 219-223.

Литература на английском языке

Электронные ресурсы

Mullins D. 5 Ways B2B Research Can Benefit From Mobile Ethnography / D. Mullins. - URL: <https://rwconnect.esomar.org/5-ways-b2b-research-can-benefit-from-mobile-ethnography/> (date of the application 22.03.2018). - Text : electronic.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ПРОВЕДЕНИЕ ИНСТРУКТАЖЕЙ

(Ф.И.О. обучающегося)

Направление подготовки/специальность/профессия _____

Профиль/программа/специализация _____

Очной/заочной формы обучения, группы _____

Вид практики _____

Тип практики _____

Срок прохождения практической подготовки: с «__» _____ 202__ г. по «__» _____ 202__ г.

№	Вид инструктажа	Дата проведения	Подпись инструктируемого	Подпись ответственного за проведение инструктажа
1	Охрана труда			
2	Инструктаж по технике безопасности			
3	Правила внутреннего трудового распорядка			

Руководитель практики от университета _____ / _____

Руководитель практики от профильной организации _____ / _____

Руководитель структурного подразделения университета* _____ / _____

* - в случае проведения практики на базе университета.

Лист согласования

Внутренний документ "Профессионально-творческая практика_2023_42.03.01_ДМБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Кислицина Мухаббат Абдурахмановна	Согласовано