

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

СОГЛАСОВАНО

Главный редактор газеты
«Ставропольский репортер»
М.С. Коробко
«28» октября 2020 г.



УТВЕРЖДАЮ
Декан СПФ

Т. В. Поштарева
«28» октября 2020 г.



ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки – 2019

Разработана
д-р истор. наук, доцент, доцент
кафедры СГД
Н. В. Овсянникова

Согласована
Заведующий кафедрой СГД
Т. В. Поштарева

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «28» октября 2020 г.
протокол № 3
Т.В. Поштарева

Одобрена
на заседании учебно-
методической
комиссии СПФ
от «28» октября 2020 г.
протокол № 2
Председатель УМК
Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2020 г.

Содержание

1. Цели производственной практики	3
2. Задачи производственной практики	3
3. Место производственной практики в структуре ООП ВО	4
4. Формы и способы проведения производственной практики	4
5. Место и время проведения практики	4
6. Планируемые результаты обучения при прохождении производственной практики	5
7. Структура и содержание производственной практики	5
8. Технологии, используемые на производственной практике	9
9. Формы отчетности по производственной практике	9
10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике	11
11. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики	17
12. Материально-техническая база производственной практики	17
13. Особенности прохождения практики лицами с ограниченными возможностями здоровья	18
Приложение	19
Дополнения и изменения в рабочей программе	

1. ЦЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целями производственной (профессионально-творческой) практики у обучающихся направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:

1. получение представления об особенностях коммуникационной деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью;

2. формирование у обучающихся целостного представления о содержании, видах и формах профессиональной деятельности в области связей с общественностью;

3. формирование основ профессионального мышления у будущих квалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Представленные выше цели практики, соотносятся с общими целями ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в частности с:

- развитием у обучающихся личностных качеств, а также формированием универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

- развитием у обучающихся личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели на основе принципов гуманистической школы.

- формированием универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть устойчивым на рынке труда в соответствии с потребностями рынка труда Ставропольского края, Северо-Кавказского и Южного федерального округов.

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачами производственной (профессионально-творческой) практики у обучающихся направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью являются:

1. познакомить с особенностями процессов подготовки, организации и проведения анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения и участия в них.

2. освоить приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами.

3. применить на практике знания, умения и навыки, приобретенные в процессе обучения.

4. приобрести новые навыки участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

5. приобрести новые навыки участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

6. сформировать навыки анализа и обобщения личного опыта и опыта работы специалистов в учреждениях в области связей с общественностью.

7. усвоить приемы, методы и способы обработки, представления и интерпретации результатов выполняемых практических заданий.

8. сформировать мотивацию на активную деятельность по развитию своего общекультурного и профессионального уровня.

9. сформировать умения и навыки профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии / учреждении / организации.

Данные задачи практики, соотносятся с закрепленными в учебном плане видами профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата по данному направлению подготовки. В частности с конкретными задачами редакторской деятельности (поиск и размещение информации на сайте; организация работ по созданию, информационному наполнению и редактированию контента сайта; управление информацией из различных источников и анализ информационных потребностей посетителей сайта); маркетинговой деятельности (организация маркетинговых исследований в области СМИ и разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ) и организационной деятельности (участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий), прописанными в ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Производственная (профессионально-творческая) практика относится к Блоку 2 «Практики», виду – производственная практика (Б.2.П.7) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ООП и необходимым при освоении данной практики: студент должен:

- знать сущность, специфику и принципы организации, деятельности и управления рекламных служб и служб по связям с общественностью (пресс-центра, пресс-службы, отдела печати, средств массовой информации (СМИ), отдел по связям с общественностью, центра общественных связей и/или отдела рекламы фирмы и организации, коммуникационного агентства и др.), типичные и специфические функции информационно-коммуникативной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;

- уметь использовать различные информационные источники и способы информирования внешних и внутренних по отношению к организации субъектов, в сотрудничестве с другими структурно-функциональными подразделениями осуществлять работу по повышению культурного и профессионального уровня сотрудников организации/учреждения, вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации, собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;

- владеть навыками планирования, подготовки и проведения и коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований под контролем руководителя отдела/организации, проекта, традиционными и современными технологиями профессиональной рекламной деятельности и навыками их применения под контролем руководителя, методологией оценки ключевых объектов и субъектов интегрированных коммуникаций, навыком анализа информационного поведения различных субъектов информационного пространства, навыками научного анализа явлений, наблюдаемых в системе массовой информации.

Ниже приведены те теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее и последующие:

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Рекламная коммуникация	Копирайтинг
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью
Реклама в средствах массовой информации	Разработка и проведение рекламной кампании
Искусство деловой коммуникации	Политическая реклама
Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR	Организация работы со средствами массовой информации
Психологические основы рекламы и связей с общественностью	Разработка рекламного продукта
Деловое общение и деловая коммуникация	Технологии производства рекламного продукта
Коммуникационный консалтинг	Преддипломная практика

4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Способы проведения производственной практики (профессионально-творческой), в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью не установлены. Основной формой прохождения производственной практики (профессионально-творческой практики) является сочетание дискретного проведения практик по их видам и по периодам их проведения.

Производственная практика (профессионально-творческой практики) может проводиться как в индивидуальной, так и в групповой формах.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Местами прохождения производственной практики (профессионально-творческой) могут выступать конкретные учреждения (организации), осуществляющие профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, или имеющие в своей структуре отдел по рекламе и связям с общественностью, или предусматривающие должность специалиста по рекламе и (или) связям с общественностью в своей структуре.

Производственная практика (профессионально-творческая) может проводиться в:

- структурных подразделениях АНО ВО СКСИ, в частности местом проведения практики может выступать учебно-научное подразделение «Бизнес-инкубатор»;

- в учреждениях (организациях) в сфере рекламы и связей с общественностью;

- в структурных подразделениях учреждений (организаций), имеющих отделы по рекламе и связям с общественностью.

Профессионально-творческая практика проводится:

- в 6-м триместре для обучающихся очной формы обучения (4 недели, 216 часов);
- в 9-м триместре для обучающихся очной формы обучения (4 недели, 216 часов);
- в 9-м триместре для обучающихся заочной формы обучения (4 недели, 216 часов);
- в В-м триместре для обучающихся заочной формы обучения (4 недели, 216 часов);

Общее время практики составляет 8 недель, общий объем практики 432 академических часа (12 ЗЕТ).

6. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции
ПК-1. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Уметь осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации
	Владеть языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации
ПК-2. Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Уметь распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации
	Владеть навыками осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами)
ПК-3. Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта	Уметь осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации
	Владеть навыками организации процесса создания коммуникационного продукта
ПК-4. Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Уметь грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий
	Владеть навыками применения современных информационных и коммуникационных технологий

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общий объем практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

4 недели

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу и объем (в часах)			Формы текущего контроля
		Установочная конференция	Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	СР	
1.	<p><i>Подготовительный этап</i></p> <p>Установочная конференция</p> <p>Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка</p> <p>1. Инструктаж по основным разделам (этапам) практики.</p> <p>2. Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики.</p> <p>3. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики.</p>	4	4		
2.	<p><i>Экспериментальный этап</i></p> <p>Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент</p> <p>1. Знакомство со спецификой учреждения.</p> <p>2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.</p> <p>3. Изучение организационной структуры организации.</p> <p>4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в:</p> <ul style="list-style-type: none"> - редактировании медиатекстов / медиапродуктов / коммуникационных продуктов; - подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; - участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и 			188	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания

	мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики. 5.Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе: - применение приемов и форм деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами; - анализ и обобщение личного опыта и опыта работы специалистов в учреждениях в области связей с общественностью; - реализация приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов выполняемых практических заданий. Краткое описание в отчете и дневнике данных мероприятий.				
3.	<i>Подготовка отчета по практике</i> Заполнение отчета, дневника, индивидуального задания			20	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания
	<i>Итого</i>	4	4	208	
	Всего	216			

4 недели

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу и объем (в часах)			Формы текущего контроля
		Установочная конференция	Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	СР	
4.	<i>Подготовительный этап</i> Установочная конференция Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка 1. Инструктаж по основным разделам (этапам) практики. 2. Выдача пакета документации для ознакомления и заполнения в период прохождения практики. 3. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка по месту прохождения практики.	4	4		
5.	<i>Экспериментальный этап</i> Общая характеристика учреждения и организации деятельности отделов по			188	Проверка отчета, дневника, индивидуального задания

	<p>рекламе и связям с общественностью в данной организации, описание основных мероприятий, в которых принял участие студент</p> <p>1. Знакомство со спецификой учреждения.</p> <p>2. Знакомство с исторической, экономической и нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения.</p> <p>3. Изучение организационной структуры организации.</p> <p>4. Использование студентом знаний о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью, в частности участие студентов в:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры; - применение традиционных и современных технологий профессиональной рекламной и PR-деятельности (создание рекламного / коммуникационного продукта, позиционирование и продвижение продукта / персоны / организации, работа с индивидуальным / корпоративным имиджем); - участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований. <p>5. Участие в рекламных и PR мероприятиях (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществление общих функций управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - организация процесса создания рекламного / коммуникационного продукта; - участие в процессе выпуска рекламного / коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий. <p>Краткое описание в отчете и дневнике данных мероприятий.</p>				
6.	<p><i>Подготовка отчета по практике</i></p> <p>Заполнение отчета, дневника,</p>			20	Проверка отчета, дневника, индивидуального

	индивидуального задания.				задания
	<i>Итого</i>	4	4	208	
	Всего	216			

8. ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Основными образовательными технологиями, используемыми в профессионально-творческой практике, являются:

- проведение инструктажа в виде обзорной лекции;
- обсуждение материалов практики;
- ознакомительные беседы с сотрудниками производственных подразделений базы практики;
- проведение защиты отчета по практике.

Основными возможными научно-исследовательскими технологиями, используемыми на в профессионально-творческой практике, являются:

- сбор научной литературы по тематике заданий практики;
- участие в формировании пакета соответствующей документации на базе практики;
- подготовка аналитического отчета по итогам практики.

Основными научно-производственными технологиями, используемыми в профессионально-творческой практике, являются:

- непосредственное участие практиканта в решении научно-производственных задач организации, службы, отдельного специалиста по рекламе и связям с общественностью.

В ходе реализации целей и задач производственной практики обучающиеся используют следующие информационные технологии:

- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших в процессе практики вопросов.

В ходе реализации целей и задач производственной практики обучающиеся могут использовать возможности информационно-справочных ресурсов, профессиональных баз данных и Интернет-ресурсов.

Профессиональные базы данных:

<https://www.raso.ru> -Российская ассоциация по связям с общественностью.

<https://www.mediasoyuz.ypr.ru> - МЕДИАСОЮЗ, Общероссийская общественная организация работников средств массовой информации.

<https://www.gipp.ru>- Гильдия издателей периодической печати.

<https://www.nat.ru> - Национальной Ассоциации Телерадиовещателей.

<https://www.tadviser.ru> - Союзучастниковрынка инфокоммуникационных услуг.

Информационные справочные ресурсы:

АНО ВО СКСИ - 1С: Библиотека

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

Интернет-ресурсы:

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-ychebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Международная реферативная база журналов и статей WebofScience - <http://info.clarivate.com/rcis>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.рф>

9. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

По результатам прохождения практики обучающийся представляет письменный отчет по практике и заполненный дневник по практике.

Общий объем отчета составляет 25-30 страниц машинописного текста. Отчет о прохождении производственной практики бакалавра в общем виде может включать следующие элементы:

1. Титульный лист (Приложение А).
2. Содержание.
3. Введение.
4. Индивидуальное задание.
5. Дневник по практике (Приложение Б).
- 6.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ И СРОКАМ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ

Отчет по практике должен быть напечатан одним цветом (как правило, черным) на одной стороне стандартного листа писчей бумаги формата А4 (296x210 мм). При этом используется для титульного листа отчета кегль 12 п., для остальных листов может быть использован кегль 12 п., межстрочный интервал – полуторный, гарнитура шрифта – Times New Roman, выравнивание – по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым во всем тексте работы и составлять 1 см или 1,25 см. Переносы слов в тексте работы не допускаются.

Страницы отчета с рисунками и приложениями должны быть пронумерованы сквозной нумерацией. Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами. Первой страницей является титульный лист. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Номер страницы проставляют в правой нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

Оформление таблиц.

Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

На все таблицы должны быть ссылки в работе. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей по центру, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире (например, Таблица 1 – Анализ маркетинговых исследований).

Оформление иллюстраций.

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе.

Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах главы. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой (например, Рисунок 1.1).

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки.

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисовочный текст). Слово «Рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом:

Рисунок 1 – Название рисунка.

Оформление списка использованных источников.

Список использованной литературы должен быть выполнен в соответствии с правилами библиографического описания документов ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Использованные источники должны быть перечислены в следующем порядке:

- официальные и нормативные материалы;
- литературные источники на русском языке;
- литературные источники на иностранном языке;
- интернет-источники.

Использованные источники в рамках каждого их вида должны быть расположены в алфавитном порядке.

Оформление цитат и ссылок.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать в список использованных источников. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включается в отчет со ссылкой на источник. Наличие в тексте отчета ссылок, пусть даже многочисленных, подчёркивает научную добросовестность автора.

Цитаты (выдержки) из источников и литературы используются в тех случаях, когда свою мысль хотят подтвердить точной выдержкой по определенному вопросу. Цитаты должны быть текстуально точными и заключены в кавычки. Если в цитату берется часть текста, т.е. не с начала фразы или с пропусками внутри цитируемой части, то место пропуска обозначается отточиями (три точки). В тексте необходимо указать

источник приводимых цитат. Ссылки на использованные источники следует приводить в квадратных скобках, в которых указывается порядковый номер источника в списке использованных источников (например: [5]). После номера источника через запятую возможно указание номера страницы, на которую ссылается автор работы.

Оформление приложений.

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. В приложениях нельзя включать список использованной литературы, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы, помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение отчета на последних её страницах.

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», его обозначения и степени.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность. Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами. Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц.

Отчет по практике сдается на кафедру для проверки преподавателем в сроки, установленные учебным графиком.

Если отчет выполнен в соответствии с изложенными требованиями, то он возвращается студенту с пометкой руководителя «допущен к защите». Если в отчете имеются неточности, ошибки, то руководитель на полях или в рецензии делает соответствующие замечания и возвращает студенту с пометкой «на доработку».

При защите студент кратко излагает основные положения работы, последовательность учетных операций, отвечает на вопросы руководителя. В результате защиты студент получает оценку по 5-ти бальной системе. Защищенные отчеты студентам не возвращаются.

По окончании практики студент защищает отчет о прохождении практики в сроки, установленные учебными планами и выпускающей кафедрой, и принимает участие в работе итоговой конференции, проводимой институтом.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимся задач практики, отзыва руководителей практики об уровне его знаний и квалификации. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка. Защиту отчета принимает руководитель практики от кафедры.

В случае недопущения отчета о прохождении практики к защите студент обязан доработать его в соответствии с замечаниями и после доработки повторно сдать отчет на проверку.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (КОММУНИКАЦИОННАЯ ПРАКТИКА)

Компетенции (уровни сформированности)	Результаты обучения	Показатель оценивания	Критерии оценивания
---------------------------------------	---------------------	-----------------------	---------------------

ПК-1. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Уметь осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Пункт отчета, направленный на оценку умения осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности умения осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации
	Владеть навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыков редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями и технологическими требованиями различных каналов коммуникации
ПК-2. Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Уметь распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Пункт отчета, направленный на оценку умения распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности умения распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации
	Владеть навыками распространения коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыка распространения коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами)	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыка распространения коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации

		с помощью различных каналов коммуникации	
ПК-3. Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта	Уметь осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта	Пункт отчета, направленный на оценку умения осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности умения осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта
	Владеть навыками управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организации процесса создания коммуникационного продукта	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организации процесса создания коммуникационного продукта	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыков управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организации процесса создания коммуникационного продукта
ПК-4. Способен грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Уметь грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Пункт отчета, направленный на оценку умения грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности умения грамотно оперировать коммуникационной инфраструктурой организации и участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий
	Владеть навыками оперирования коммуникационной инфраструктурой организации и участия в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных	Пункт отчета, направленный на оценку сформированности навыков оперирования коммуникационной инфраструктурой организации и участия в процессе выпуска	Точность выполнения пункта индивидуального задания, направленного на оценку сформированности навыков оперирования коммуникационной инфраструктурой организации и участия в процессе выпуска

	информационных и коммуникационных технологий	и участия в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	коммуникационного продукта с применением информационных и коммуникационных технологий
--	--	--	---

Критерии и шкала оценки отчета по практике.

Оценка	Характеристики отчета по практике студента
Отлично	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – оформление отчета не в полной мере соответствует требованиям ; – индивидуальное задание раскрыто полностью; – не нарушены сроки сдачи отчета.
Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики - отчет собран в полном объеме; – не везде прослеживается структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание раскрыто не полностью; – нарушены сроки сдачи отчета.
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания отчета программе прохождения практики – отчет собран не в полном объеме; – нарушена структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета); – в оформлении отчета прослеживается небрежность; – индивидуальное задание не раскрыто; – нарушены сроки сдачи отчета.

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

4 недели

Период	Содержание задания	Формируемые компетенции	Источник информации
1-я неделя	<p>Дать общую характеристику учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью на предприятии – базе практики, в том числе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Познакомиться со спецификой учреждения. 2.Проанализировать историческую, экономическую и нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятия – базы практики и специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения. 3. Изучить организационной структуры предприятия – базы практики. <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	ПК-2	Юридический отдел, отдел кадров, экономические службы Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью
2-я неделя	<ol style="list-style-type: none"> 4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с 	ПК-1, ПК-2	Администрация учреждения

	<p>общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - редактировании медиатекстов / медиапродуктов / коммуникационных продуктов предприятия – базы практики; - подготовке, организации и проведении анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения о предприятии – базе практики; <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>		(организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью
3-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также распространении коммуникационных продуктов предприятия – базы практики. <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	ПК-2	
4-я неделя	<p>5. Участвовать в рекламных и PR мероприятиях предприятия – базы практики (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применение приемов и форм деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами предприятия – базы практики; - анализ и обобщение личного опыта и опыта работы специалистов предприятия – базы практики в области связей с общественностью; - реализация приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов выполняемых практических заданий. <p>Выполнение индивидуального задания (на усмотрение руководителя практики, создание рекламного / коммуникационного продукт / проекта с использованием традиционных и современных технологий профессиональной рекламной и PR-деятельности на базе материалов предприятия).</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	ПК-1, ПК-2	
	Оформления отчета по практике		

4 недели

Период	Содержание задания	Формируемые компетенции	Источник информации
1-я неделя	<p>Дать общую характеристику учреждения и организации деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью на предприятии – базе практики, в том числе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Познакомиться со спецификой учреждения. 2.Проанализировать историческую, экономическую и нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятия – базы практики и специалиста по рекламе и связям с общественностью учреждения. 3. Изучить организационной структуры предприятия – базы практики. <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	ПК-3, ПК-4	Юридический отдел, отдел кадров, экономические службы Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью
2-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры предприятия – базы практики, обеспечении 	ПК-4	Администрация учреждения (организации) – базы практики, отделы по рекламе и связям с общественностью

	<p>внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры предприятия – базы практики;</p> <p>- применение традиционных и современных технологий профессиональной рекламной и PR-деятельности (создание рекламного / коммуникационного продукта, позиционирование и продвижение продукта / персоны / организации, работа с индивидуальным / корпоративным имиджем);</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>		
3-я неделя	<p>4. Использовать накопленные знания, умения и навыки о специфике деятельности в области рекламы и связям с общественностью в ходе реализации следующих профессиональных операций:</p> <p>- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами предприятия – базы практики на основе результатов исследований.</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	ПК-3	
4-я неделя	<p>5. Участие в рекламных и PR мероприятиях предприятия – базы практики (в форме: наблюдения, или присутствия), в том числе:</p> <p>- осуществление общих функций управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью предприятия – базы практики;</p> <p>- организация процесса создания рекламного / коммуникационного продукта на предприятии – базе практики;</p> <p>- участие в процессе выпуска рекламного / коммуникационного продукта предприятия – базы практики с применением современных информационных и коммуникационных технологий.</p> <p>Выполнение индивидуального задания (на усмотрение руководителя практики, создание рекламного / коммуникационного продукт / проекта с использованием традиционных и современных технологий профессиональной рекламной и PR-деятельности на базе материалов предприятия).</p> <p>Заполнить дневник, отразить в индивидуальном задании. Кратко описать в отчете и дневнике данные мероприятия.</p>	ПК-3, ПК-4	
	Оформления отчета по практике		

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по практике, проводится в форме текущей и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости предполагает оценку руководителем практики от института или профильной организации каждого этапа практики с отметкой в рабочем графике проведения практики «выполнено» / «не выполнено».

Промежуточная аттестация по практике проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в форме зачета с оценкой (дифференцированного зачета).

Оценивание знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности определены следующей процедурой. Процедура проведения дифференцированного зачета. Оценивание результатов практики происходит в два этапа. 1. Проверка правильности составления отчета по формальным признакам и наличия отзыва-характеристики. 2. Оценивание уровня сформированности компетенций на основе защиты отчета о практике, осуществляемой в форме собеседования.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

а) учебная литература:

1. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 718 с. — 5-238-01059-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81816.html>

2. Грачев, А. С. PR-служба компании : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — ISBN 978-5-394-03568-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87616.html> (дата обращения: 30.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438207> (дата обращения: 30.11.2020).

4. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html> (дата обращения: 30.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — 978-5-7433-3018-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

6. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — 978-5-906172-26-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>

б) программное обеспечение, информационно-справочные системы и ресурсы сети «Интернет»:

АНО ВО СКСИ - 1С: Библиотека

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-ychebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Международная реферативная база журналов и статей WebofScience - <http://info.clarivate.com/rcis>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.рф>

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Для проведения практики необходимы: организации, учреждения и предприятия, а также учебно-научные подразделения Института, оснащенные компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики. В случае проведения практики на базе АНО ВО СКСИ - учебно-научное подразделение «Бизнес-инкубатор».

Материально-техническое обеспечение производственной практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

13. ОСОБЕННОСТИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при прохождении практики обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

_____ факультет
Кафедра _____

ДНЕВНИК

_____ ПРАКТИКИ

_____ тип практики

Студента/Аспиранта _____

Специальности/Направления подготовки _____

Продолжительность практики _____

Место проведения практики _____

Договор № _____ от « _____ » _____ 20__ по « _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации _____

(должность, Ф.И.О. подпись)

Руководитель практики от института _____

(должность, Ф.И.О. подпись)

Ставрополь, 20__ г.

2. Ежедневная работа

День практики	Дата	Содержание работы	Отметка руководителя практики о выполнении
1			
2			
3			
4			
5			

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»
_____ факультет
Кафедра _____

ОТЧЕТ ПО _____

ПРАКТИКЕ

Выполнил(а):
Фамилия Имя Отчество
Студент(кА) /аспирант ___ го курса
Специальности/направления подготовки

Группы _____

Руководитель практики от организации

Подпись, фамилия и инициалы, должность

Руководитель практики от института:

Подпись, фамилия и инициалы, должность

Оценка по практике:

Оценка подпись
« ____ » _____ 20 ____ г.

Ставрополь, 20 ____ г.