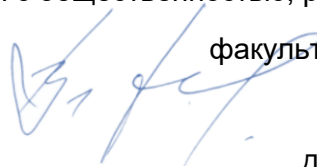


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
факультета журналистики



д.ф.н. Тулупов В.В.

28.05.2024 г.

**ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного
продукта**
**ПП 01.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного
продукта**

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: 42.02.01 «Реклама»
2. Профиль подготовки/специализация: гуманитарный
3. Квалификация (степень) выпускника: среднее профессиональное образование
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию практики: кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ
6. Составители программы: Осенкова Т.А. преп., к.ф.н.
7. Рекомендована: НМС факультета журналистики от 18.05.2023 г., Протокол №8

8. Учебный год: 2025/ 2026

Семестр(ы): 4

9. Цель практики:

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	

Целью производственной практики по ПМ.01 **Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта** является формирование общих и профессиональных

компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической профессиональной деятельности в рамках модуля.

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 03.
- приобретение практического опыта по проведению маркетинговых исследований по правовому обеспечению при реализации рекламного продукта.

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ПК 1.1, П 1.2., ПК 1.3., ПК 1.4.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» - 108 часов.

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 4 семестр.

12. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (компетенции,

приобретаемый практический опыт, знания и умения), соотнесенные с планируемыми

результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

13. Объем практики (в соответствии с учебным планом)

Общая трудоемкость производственной практики составляет: 2 недели (72 часа).

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики) зачет.

14. Виды учебной работы

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	верно определяет способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	владеет современными средствами поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Планирует собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Эффективно работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	навыки устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	сохранение окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	работа с профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК. 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.	проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.	выбирать оптимальные медиаканалы; работать с нормативными документами в области рекламы
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.	знать задачи, цели и общие требования к рекламе; принципы и правила проведения маркетинговых исследований;
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	знать нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность.

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Всего	По семестрам	
		№ семестра	
		часы	часы практической подготовки
Всего часов	72		

<i>В том числе:</i>			
<i>Лекционные занятия (контактная работа)</i>			
<i>Практические занятия (контактная работа)</i>	76	76	76
<i>Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)</i>	30	30	30
<i>Защита практики</i>	2		
<i>Форма промежуточной аттестации Дифференцированный зачет</i>			
<i>Итого:</i>	108		

15. Содержание практики¹

<i>п/п</i>	<i>Разделы (этапы) практики</i>	<i>Содержание раздела</i>
1.	<i>Подготовительный</i>	<i>Организационное собрание. Ознакомление с программой практики.</i>
2.	<i>Организационный</i>	<i>Содержательная формулировка задач для решения в ходе практики. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с руководителем практики, его корректировка.</i>
3.	<i>Исследовательский*</i>	<i>Освоение методов исследования, выполнение производственных заданий, проведение самостоятельных экспериментальных исследований, посещение отделов предприятий, знакомство с особенностями организационно-управленческой деятельности предприятия и т.д. Выполнение практических задач – выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана.</i>
4	<i>Отчетный*</i>	<i>Анализ полученных результатов, обработка экспериментальных данных. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.</i>
5	<i>Аттестационный</i>	<i>Подведение итогов учебной практики.</i>

¹ При реализации практики частично в форме практической подготовки необходимо отметить (*) отдельные виды учебной работы, реализуемые в форме практической подготовки.

Содержание производственной практик

код ПК	Учебная практика				
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Показатели освоения ПК
1	2	3	4	5	6
ОК 1	<p>Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>1. Анализ рынка</p> <p>2. Разработка программы социологического исследования</p> <p>3. Выбор типовых методов и способов для решения профессиональных задач; оценка полученных результатов.</p> <p>Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях с несением ответственности;</p> <p>Поиск информации, использование оптимальных профессиональных программ для выполнения профессиональных задач</p>	72	репродуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
				продуктивный	
ОК 2.	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p>			продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ОК 3.	<p>Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>			продуктивный	
ОК 4.	<p>Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p>			продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ОК 5.	<p>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом</p>	продуктивный			

	особенностей социального и культурного контекста;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ПК 1.1	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	
продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ

Объем часов (*) определяется по каждой позиции столбцов 4 и 9.

Уровень освоения (**) проставляется напротив каждого вида работ в столбцах 6 и 10.

Для характеристики уровня освоения вида работ используются следующие обозначения:

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

Уровень освоения () проставляется напротив каждого вида работ в столбцах 6 и 10.**

Для характеристики уровня освоения вида работ используются следующие обозначения:

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

16. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (**список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников**)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2.	Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/146809 (дата обращения: 13.02.2021).
3.	Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. – Москва : Юнити- Дана : Закон и право, 2017. – 241 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685024 (дата обращения: 16.02.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01546-0. – Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-5975-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/146913 (дата обращения: 13.02.2021).
2.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042

17. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы. Контактная работа предполагает на первом этапе знакомство с руководителем практики от вуза и от предприятия, определение с ним задания и консультацию по вопросам о прохождении практики; на заключительном, четвертом этапе, контактная работа предполагается при защите практики. Результаты практики предоставляются в виде дневника и отчета производственной практики руководителю от университета.

Остальные этапы практики построены на технологии интегрированного обучения (предполагают самостоятельную работу студента в организации, связанную с маркетинговым и правовым обеспечением реализации рекламного продукта).

Рекомендации по самостоятельной работе следующие: ведение дневника-отчета практики; выполнение рекомендаций руководителя практики от университета/организации по реализации задания; инициативность во время подготовки, проведения мероприятий, а также при сборе и обработке информации для маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта; при необходимости – изучение теоретического материала, представленного в дополнительном списке литературы; формирование и представление отчетной документации.

При прохождении практики могут быть использованы элементы электронного обучения (ЭО) и дистанционные образовательные технологии (ДОТ), смешанное обучение.

18. Материально-техническое обеспечение практики:

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:

19.1 Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;

- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;

- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов.

Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики.

Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов. При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.

19. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (этапы) практики)
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p>	<p>Уметь: выбирать оптимальные способы выполнения профессиональных задач, оценивать эффективность своей работы.</p> <p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности;</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p> <p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
<p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом</p>	<p>Уметь: Применять информационно- коммуникационные технологии в рекламной деятельности для успешного решения профессиональных задач.</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>

<p>особенностей социального и культурного контекста; ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>Нести ответственность за свою работу. Знать: методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
<p>ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>	<p>уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей. знать: виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p>	<p>2,3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p>
<p>Промежуточная аттестация по практике</p>		<p>зачет</p>

19.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки компетенций, приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.2.1 Тестовые задания. Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции

Тестовые задания с вариантом ответа:

1. Выберите правильный вариант ответа:

Экстерриториальный торговый маркетинг – это

- A. маркетинг товаров, услуг, производимых и потребляемых на территории
- B. маркетинг территории как туристического продукта
- C. **маркетинг товаров, услуг, производимых на территории и потребляемых за ее пределами**
- D. маркетинг, направленный на привлечение инвесторов для развития населенного пункта

2. Выберите правильный вариант ответа:

Срок хранения рекламных материалов в соответствии с ФЗ - № 38 «О рекламе» РФ составляет:

- A. 1 год
- B. 2 года
- C. 3 года
- D. 6 месяцев

Тестовые задания повышенной сложности:

1. Метод, основанный на построении семантических пространств и анализе положения объектов в семантических пространствах, часто используемый для анализа восприятия рекламы, разработанный Чарльзом Осгудом

Ответ: семантический дифференциал

2. Обычно под «культурным продуктом» подразумевают:

- ресурсы культурно-исторического наследия (исторические, культурные, архитектурные достопримечательности);
- основные средства его представления (музеи, галереи, концертные учреждения и др.);
- результаты культурной деятельности (выставки, экспозиции, массовые мероприятия, концерты и пр.).

Ответ: культурный продукт

Мини-кейсы:

. Приведите в пример применение одного из рекламных инструментов, действующий pester power,?

Ответ: рекламные ролики на детских каналах, в том числе product placement в популярных мультсериалах, рассчитанные на то, что ребенок будет узнавать товар на полках магазинов и оказывать давление на родителей во время покупок.

2. Почему использование такого рода символов при разработке логотипов нежелательно



Ответ: при взаимодействии с символами, имеющими множество деталей, человек часто сохраняет лишь упрощенный образ, например, в виде геометрической фигуры

3. На основе информации из приведённого ниже текста придумайте персонажей и ситуацию для диалога в телевизионном рекламном ролике.

«Загрязненный воздух, сигаретный дым, радиация, алкоголь, стрессовые ситуации, некоторые лекарственные препараты и пищевые продукты вызывают образование в нашем организме свободных радикалов. Капсулы «Триовит»

содержат специальную комбинацию антиоксидантных витаминов (А, С, Е) и селена. Это гармоничное сочетание увеличивает иммунную сопротивляемость организма, уменьшает риск развития ряда онкологических и сердечно-сосудистых заболеваний. «Триовит» можно купить в любой аптеке без рецепта».

Ответ: Оптимальным решением для ролика будет выбор персонажей, обладающих разным объемом информации. Например, это могут быть две подруги, одна из которых уже пользуется «Триовитом» и чувствует себя активной и бодрой, а вторая задумывается над тем, как улучшить защитные функции своего организма. В уточняющих репликах диалога могут быть раскрыты параметры рекламируемого продукта

19.3.2 Перечень практических заданий (определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью).

1. Составить программу и провести исследование предпочтений целевых групп потребителей (целевая группа – по заданию руководителя практики).
2. Проанализировать результаты исследований предпочтений целевых групп, представить результаты в графическом виде.
3. Провести сегментирование рынка. Описать использованные принципы и методы сегментирования.
4. Проанализировать структуру регионального рекламного рынка по различным основаниям.
5. Провести социологическое исследование, интерпретировать результаты, подготовить отчет по полученным данным.

19.3.4 Содержание (структура) дневника практики

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики, описывая каждый день прохождения практики. Структура дневника практики приведена в положении о практической подготовке по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ).

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующих этапы формирования компетенций.

Руководителями практики от организации и от Университета дается заключение, содержащее сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций; формируется характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики. Обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией. Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики. Обучающийся в обязательном порядке прикладывает Приложение в форме творческого досье.

Результаты прохождения практики докладываются обучающимся в виде устного сообщения на заключительной конференции. По результатам доклада с учетом характеристики руководителя и качества представленных отчетных материалов обучающемуся выставляется соответствующая оценка. Дифференцированный зачет по итогам практики выставляется обучающимся руководителем практики на основании доклада и отчетных материалов, представленных обучающимся. В последний день практики проводится экзамен по профессиональному модулю. При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.