

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧ-  
РЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВПО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
декан факультета журналистики  
зав. кафедрой рекламы и дизайна  
д.ф.н., проф. В.В. Тулупов



**ПРОГРАММА**  
**практик обучающихся**  
**в Воронежском государственном университете**  
**по специальности**  
**031601Реклама**  
*шифр наименование специальности*

программа подготовки специалистов среднего звена базовой подготовки  
*уровень образования*

Воронеж 2013

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1. Область применения**

Настоящая Программа определяет виды, порядок организации и материальное обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования по специальности 031601 «Реклама», на факультете журналистики ФГБОУ ВПО «ВГУ» (далее – факультет).

### **2. Нормативные ссылки**

Настоящая Программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 031601 Реклама, утвержденного Приказом N 707 от 24 июня 2010 г. и в соответствии со следующими нормативными документами:

Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Трудовой кодекс РФ от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.06.2013 № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.04.2013 № 291 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования»;

Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12 апреля 2011 г. № 302н «Об утверждении перечней вредных и (или) опасных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), и Порядка проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда»;

Устав ФГБОУ ВПО «ВГУ»

### **3 Порядок проведения практик**

#### **3.1. Общие положения**

3.1.1. Практика обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования (далее – обучающиеся), является обязательной частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (далее – ОПОП). Практика – вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.1.2. Цели и объемы практики (трудоемкость практики в часах/неделях), а также требования к формируемым компетенциям, результатам освоения практики и результатам обучения в период прохождения практики (компетенциям, умениям, навыкам, опыту деятельности) определяются ОПОП в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами среднего профессионального образования (далее – образовательный стандарт).

3.1.3. Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессио-

нального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности «Реклама».

3.1.4. Планирование и организация практики на всех ее этапах обеспечивает:

- последовательное расширение круга формируемых у обучающихся умений, навыков, практического опыта и их усложнение по мере перехода от одного этапа практики к другому;
- целостность подготовки специалистов на факультете к выполнению основных трудовых функций;
- связь практики с теоретическим обучением.

3.1.5. Содержание всех этапов практики должно обеспечивать обоснованную последовательность формирования у обучающихся системы умений, целостной профессиональной деятельности и практического опыта в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

3.1.6. Перечень, объем и виды практик утверждаются Научно-Методическим Советом факультета и фиксируются в учебном плане специальности.

3.1.7. Конкретное содержание всех видов практики по специальности 031601 «Реклама» определяются настоящей Программой.

3.1.8. В случае обучения на факультете инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости устанавливается форма проведения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **3.2. Виды практик и способы их организации**

3.2.1. Видами практики обучающихся, осваивающих ОПОП СПО, являются: учебная практика и производственная практика.

3.2.2. Учебная практика по специальности направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

3.2.3. При реализации ОПОП СПО по специальности производственная практика включает в себя следующие этапы: практика по профилю специальности и практика на рекламных предприятиях.

Практика по профилю специальности направлена на формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

3.2.4. При наличии в составе государственной итоговой аттестации выпускной квалификационной работы преддипломная практика является обязательной.

3.2.5. Конкретные виды, типы, способы проведения, трудоемкость, распределение по периодам обучения и сроки проведения практик устанавливаются Университетом с учетом требований образовательного стандарта и в соответствии с настоящей Программой.

3.2.6. Сроки проведения практик устанавливаются учебным планом и календарным учебным графиком учебного процесса в соответствии с ОПОП СПО по специальности 031601 «Реклама».

3.2.7. Учебная практика и практика по профилю специальности проводятся непрерывно.

### 3.3. Организация практик

3.3.1. Производственная практика проводится в организациях на основе договоров, заключаемых между Университетом и организациями, деятельность которых соответствует направленности реализуемой образовательной программы по соответствующему профилю (далее – организация) специальности 031601 «Реклама».

Договоры регистрируются в журнале регистрации договоров на практику в Управлении по регламентации образовательной деятельности ВГУ. Ежегодно, в срок до «01» ноября текущего года, факультеты, отвечающие за реализацию ОПОП СПО, предоставляют список баз практик в УПРОД.

3.3.1. Учебная практика проводится в учебных, учебно-производственных мастерских, рекламных предприятиях, фото- и видеостудиях, соответствующих структурных подразделениях предприятий, учебных базах практики и иных структурных подразделениях Университета на основе договоров между предприятием и Университетом.

3.3.2. Для руководства практикой в сторонних организациях, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета (далее – руководитель практики от Университета), и руководитель (руководители) практики из числа работников организации (далее – руководитель практики от организации). Для руководства практикой, проводимой в подразделениях Университета, назначается только руководитель (руководители) практики от Университета.

3.3.3. Руководитель практики от Университета:

- совместно с руководителем практики от организации составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для выполнения обучающимися в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации, осуществляющей профессиональную деятельность;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания установленным ОПОП требованиям к содержанию соответствующего вида практики (далее – требования к содержанию практики);
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися;
- готовит распорядительную и учебно-методическую документацию в целях организации, проведения и контроля результатов практики.

3.3.4. В период прохождения производственной практики, обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики. С обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор.

3.3.5. Направление на практику оформляется приказом ректора Университета (или иного уполномоченного им должностного лица) с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

3.3.6. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную, производственную, в том числе преддипломную практики в организациях по месту трудовой деятельности в случаях, если профессио-

нальная деятельность, осуществляемая ими в указанных организациях, соответствует требованиям к содержанию практики.

3.3.7. Обучающиеся, осваивающие основную образовательную программу в период прохождения практики в организациях:

- выполняют задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдают действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

3.3.8. Виды отчетности о прохождении практики определяются настоящей Программой.

3.3.9. Продолжительность рабочего дня при прохождении практики для обучающихся определяется Трудовым кодексом РФ.

### **3.4. Подведение итогов практик**

3.4.1. Практика является завершающим этапом освоения профессионального модуля по виду профессиональной деятельности.

3.4.2. По результатам практики руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (Приложение 1), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика (Приложение 2) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

3.4.3. В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики (Приложение 3). По результатам практики обучающимся составляется отчет (Приложение 4), который утверждается организацией.

В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Для прохождения учебной практики дневник не выдается.

3.4.5. Практика завершается дифференцированным зачетом (зачетом) при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и Университета об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

3.4.6. Результаты прохождения практики каждого вида определяются путем проведения промежуточной аттестации и вносятся в аттестационную ведомость и в зачетную книжку студента.

3.4.7. Обучающиеся, не выполнившие программы практик по уважительной причине, направляются на практику повторно, в течение следующего семестра по индивидуальному графику и в свободное от учебы время. Обучающийся должен отчитаться о результатах практики в течение 10 дней после ее окончания.

Обучающиеся, не выполнившие программы практик без уважительной причины или получившие неудовлетворительную оценку, могут быть отчислены из Университета как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Положением о проведении промежуточной аттестации обучающихся в ВГУ, или им предоставляется возможность пройти практику повторно в течение срока ликвидации задолженностей по индивидуальному графику и в свободное от учебы время.

## 2. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ) «ПРАКТИКА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ»

### 2.1. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА (ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ)

**1. Целью** первой учебной практики является получение первичных профессиональных знаний о рекламном бизнесе, формирования у студентов общего представления о рекламном бизнесе.

**Задачи:**

- а) закрепление и реализация теоретических знаний студентов, специализирующихся в области рекламы;
- б) ознакомление с основными направлениями работы рекламных агентств и рекламных отделов;
- в) знакомство с основными задачами, решаемыми отделом рекламы, изучение процесса его взаимодействия с различными структурными подразделениями компании.

#### **2. Требования к результатам учебной практики**

Результатом освоения программы учебной практики являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

В результате изучения учебной практики обучающийся должен:

**уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;

общие принципы организации работы рекламного агентства (рекламного отдела фирмы)

**3. Форма контроля:**

зачет.

**4. Количество часов на освоение учебной практики - 180 часов.**

**5. Место и время проведения учебной практики.**

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

**Время проведения учебной практики: 4 семестр.**

## 6. Содержание учебной практики (ознакомительной).

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточено, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	-знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции		репродуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	демонстрация навыков разработки рекламной продукции
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга; - знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.		репродуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	демонстрация навыков по написанию рекламных текстов, по подбору визуальных элементов.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями		репродуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	демонстрация навыков по созданию рекламных визуальных образов

### **7.Критерии оценки практики**

Оценка «зачтено» ставится студенту, который выполнил в срок весь назначенный объем работ и программу практики, в том числе представил к защите индивидуальные творческие задания.

Оценка «не зачтено» ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, студент может быть отстранен от практики. Студент, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

### **8.Отчетность о прохождении практики**

По итогам учебной практики студент обязан представить к защите: отчет о практике, включающий дневник практиканта, творческие задания, отзыв руководителя практики (Приложение 2, Приложение 3, Приложение 4).

## **2.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ**

Реализация программы предполагает проведение учебной и производственной практик на базе рекламных предприятиях на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### **КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### **МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

1. Васильев Г.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 Реклама / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов.— М.: Вузовский учебник : ИНФРА - М, 2010 .— 270 с.

2. Гундарин М. Рекламные и PR-кампании / М. Гундарин, Е. Гундарина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2013 .— 189 с.

### 3. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ПРАКТИКА ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ»

#### 3.1. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

**1. Целью** учебной практики по профилю специальности является закрепление и углубление полученных теоретических знаний и формирования у студентов общего представления о рекламном бизнесе.

**Задачи:**

- а) закрепление и реализация теоретических знаний студентов, специализирующихся в области рекламы;
- а) ознакомление с основными направлениями работы рекламных агентств и рекламных отделов;
- б) знакомство с основными задачами, решаемыми отделом рекламы, изучение процесса его взаимодействия с различными структурными подразделениями компании.

**2. Требования к результатам учебной практики**

Результатом освоения программы учебной практики являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

В результате изучения учебной практики студент должен:

**уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;

общими принципами организации работы рекламного агентства (рекламного отдела фирмы);  
специфику средств по продвижению рекламного продукта.

**3. Форма контроля:**

дифференцированный зачет.

**4. Количество часов на освоение учебной практики - 180 часов.**

**5. Место и время проведения учебной практики.**

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

**Время проведения учебной практики: 6 семестр.**

## 6. Содержание учебной практики (ознакомительной).

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (распределено, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	-знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции		репродуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	демонстрация навыков разработки рекламной продукции
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга; - знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.		репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по написанию рекламных текстов, по подбору визуальных элементов.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями		репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по созданию рекламных визуальных образов

ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- знакомство со спецификой интегрированных маркетинговых коммуникаций	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков выбора средств продвижения рекламных продуктов.
-----------	---	---	----	----------------	---	--

## 7. Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится студенту, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится студенту, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, студент может быть отстранен от практики. Студент, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 8. Отчетность о прохождении практики

По итогам учебной практики студент обязан представить к защите: отчет о практике, включающий дневник практиканта, творческие задания, отзыв руководителя практики (Приложение 2, Приложение 3, Приложение 4).

### 3.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение учебной практики на базе рекламных предприятий на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

#### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

#### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие / Е.А. Васильева. — Москва: Дашков и Ко, 2010. — 152 с.
2. Карпова С.В. Рекламное дело : учебник для бакалавров : [учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям] / С.В. Карпова ; Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2013. — 431 с.
3. Коммуникация в современном мире : материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации", 11-12 мая 2012г. / Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под общ. ред. В.В. Тулупова. — Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2012. - Ч. 1. — 142 с.; Ч. 2 — 128 с.
4. Коммуникация в современном мире : материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации: новые подходы", 27-28 октября 2011 г. / Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под общ. ред. В.В. Тулупова. — Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2011. Ч. 1. — 134 с.; Ч. 2. — 105 с.
5. Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают / Дмитрий Кот. — СПб. : Питер, 2013. — 251 с.
6. Паничкина Г.Г. Как провести успешную рекламную кампанию / Г.Г. Паничкина, Н.С. Носова. — Москва : Дашков и Ко, 2012. — 158 с.
7. Песоцкий Е.А. Реклама и мотивация потребителей / Е.А. Песоцкий. — 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2011. — 223 с.
8. Практикум по дисциплине "Рекламная деятельность и управление рекламными проектами" : для бакалавров и магистров всех форм обучения / Воронеж. гос. ун-т, Фак. эконом., Каф. маркетинга [сост. О.А. Самагина]. — Воронеж : ВГУ, 2012. — 113 с.
9. Реклама в СМИ / [ред. Г.Ю. Арапова ; авт.-сост.: С.И. Кузеванова и др.] .— 2-е изд., испр. и доп. — Воронеж : Элист, 2012. — 129 с.

## 4. ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ «РАБОТА В ТВОРЧЕСКОЙ МАСТЕРСКОЙ»

### 4.1. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

**1.Целью** производственной практики по профилю специальности является закрепление и углубление полученных теоретических знаний и формирования у студентов общего представления о рекламном бизнесе.

**Задачи:**

- а) приобретение навыков ведения рабочей документации рекламного отдела, творческой мастерской;
- б) изучение специализации внутри агентства (отдела), творческой мастерской;
- в) изучение и описание рабочих мест;
- г) знакомство с профессиональными и квалификационными требованиями к сотрудникам рекламного агентства (отдела), творческой мастерской;

**2. Требования к результатам производственной практики**

Результатом освоения программы производственной практики являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка;
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

В результате изучения учебной практики студент должен:

**иметь практический опыт:**

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.

**уметь:**

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

составлять рекламные тексты;

**знать:**

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

приемы и принципы составления рекламного текста;

общими принципами организации работы рекламного агентства (рекламного отдела фирмы);

специфику средств по продвижению рекламного продукта.

виды рекламной деятельности;

структуру рекламного рынка.

**3. Форма контроля:**

дифференцированный зачет.

**4. Количество часов на освоение производственной практики - 468 часов.**

**5. Место и время проведения производственной практики.**

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

**Время проведения учебной практики: 8 семестр.**

## 6. Содержание производственной практики

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточено, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	-знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков разработки рекламной продукции
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга; - знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по написанию рекламных текстов, по подбору визуальных элементов.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по созданию рекламных визуальных образов

ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	- знакомство с основными принципами написания сценария; - знакомство с основными принципами создания макетов.	108	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков подбора изобразительных средств
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	- знакомство с основными принципами реализации рекламных проектов	108	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по разработке рекламных проектов
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	-знакомство с основными принципами проведения социологических исследований; - знакомство с основными принципами составления программы соц.исследований.	54	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков составления программ социологических исследований
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- знакомство со спецификой интегрированных маркетинговых коммуникаций	54	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков выбора средств продвижения рекламных продуктов.

## 7. Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится студенту, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится студенту, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, студент может быть отстранен от практики. Студент, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 8. Отчетность о прохождении практики

По итогам учебной практики студент обязан представить к защите: отчет о практике, включающий дневник практиканта, творческие задания, отзыв руководителя практики (Приложение 2, Приложение 3, Приложение 4).

## 4.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение учебной практики на базе рекламных предприятий на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие / Е.А. Васильева. — Москва: Дашков и Ко, 2010. — 152 с.
2. Карпова С.В. Рекламное дело : учебник для бакалавров : [учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям] / С.В. Карпова ; Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2013. — 431 с.
3. Коммуникация в современном мире : материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации", 11-12 мая 2012г. / Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под общ. ред. В.В. Тулупова. — Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2012. - Ч. 1. — 142 с.; Ч. 2 — 128 с.
4. Коммуникация в современном мире : материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации: новые подходы", 27-28 октября 2011 г. / Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под общ. ред. В.В. Тулупова. — Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2011. Ч. 1. — 134 с.; Ч. 2. — 105 с.
5. Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают / Дмитрий Кот. — СПб. : Питер, 2013. — 251 с.
6. Паничкина Г.Г. Как провести успешную рекламную кампанию / Г.Г. Паничкина, Н.С. Носова. — Москва : Дашков и Ко, 2012. — 158 с.
7. Песоцкий Е.А. Реклама и мотивация потребителей / Е.А. Песоцкий. — 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2011. — 223 с.
8. Практикум по дисциплине "Рекламная деятельность и управление рекламными проектами" : для бакалавров и магистров всех форм обучения / Воронеж. гос. ун-т, Фак. эконом., Каф. маркетинга [сост. О.А. Самагина]. — Воронеж : ВГУ, 2012. — 113 с.
9. Реклама в СМИ / [ред. Г.Ю. Арапова ; авт.-сост.: С.И. Кузеванова и др.] .— 2-е изд., испр. и доп. — Воронеж : Элист, 2012. — 129 с.

## 5. ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

### 1. Область применения программы.

Программа производственной преддипломной (далее – преддипломной) практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 031601 Реклама (подготовка специалистов среднего звена базовой подготовки).

**2. Цели преддипломной практики:** углубление первоначального профессионального опыта обучающимися; развитие общих и профессиональных компетенций; проверка у обучающихся готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

### 3. Требования к результатам преддипломной практики.

В результате прохождения преддипломной практики по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	Разработка и создание дизайна рекламной продукции..	ПК 1.1.–1.5
2	Производство рекламной продукции.	ПК 2.1-2.3
3	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	ПК 3.1–3.2
4	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	ПК 4.1-4.3
5	Выполнение работ по профессии агент рекламный.	ПК 5.1-5.5

### 4. Форма контроля преддипломной практики:

Дифференцированный зачет.

### 5. Количество часов на освоение программы преддипломной практики

Всего – 4 недели, 144 ч.

## 5.1. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА «ПРАКТИКА НА РЕКЛАМНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ»

### 1. Результаты освоения программы производственной практики «Практика на рекламных предприятиях».

Результатом освоения программы практики являются сформированные профессиональные компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

## 2. Содержание производственной практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточено, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- знакомство с основными принципами разработки авторских рекламных проектов		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга; - знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	- знакомство с основными принципами написания сценария; - знакомство с основными принципами создания макетов.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	- знакомство с основными принципами реализации рекламных проектов		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	-знакомство с основными принципами проведения социологических исследований; - знакомство с основными принципами составления программы соц.исследований.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- знакомство со спецификой интегрированных маркетинговых коммуникаций		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Организация собственной деятельности, оценка качества выполнения профессиональных задач		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Поиск, анализ и оценка необходимой профессиональной информации		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение своей квалификации.	Определение задач профессионального и личностного развития, планирование самообразования и повышения квалификации		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

### 3. Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Аренс В. Современная реклама / Вильям Ф. Аренс, Михаэль Ф. Вейголд, Кристиан Аренс [пер. с англ. В. Кузина]. — М. : Эксмо, 2011. — 875 с.
2. Васильев Г.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 Реклама / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов.— М.: Вузовский учебник : ИНФРА - М, 2010. — 270 с.
3. Гундарин М. Рекламные и PR-кампании / М. Гундарин, Е. Гундарина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2013. — 189 с.
4. Ильин А.С. Реклама в коммуникационном процессе: курс лекций / А.С. Ильин.— Москва : КНОРУС, 2013. — 141 с.
5. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов. — М. : Дашков и Ко, 2012. — 295 с.
6. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы : учебник : [для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама"] / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. — 14-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дашков и Ко, 2013. — 538 с.
7. Протасов Д.Н. Основной закон рекламы. Язык лозунгов - язык успеха! / Дмитрий Протасов. — Москва : Центрполиграф, 2012. — 155 с.
8. Шурчкова Ю.В. Реклама как основной инструмент современных маркетинговых коммуникаций : учебное пособие для вузов / Ю.В. Шурчкова; Воронеж. гос. ун-т, Фак. междунар. отношений. — Воронеж : ВГУ, 2010. — 118 с.
9. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технология, классификация / Г.Г. Щепилова. — М. : Изд-во Моск. ун-та : Фак. журналистики МГУ, 2010. — 455 с.

#### Критерии оценки итогов практики

**Оценка «Отлично».** Обучающийся продемонстрировал наличие глубоких теоретических знаний учебного материала, предусмотренного программой, знание основной литературы, владение дополнительной информацией, владение умениями и навыками по программе практики, свободно ориентируется в деятельности объекта прохождения практики. Выполнены все задания, предусмотренные программой практики, обучающийся не имеет пропущенных дней практики.

**Оценка «Хорошо».** Обучающийся продемонстрировал знание основного теоретического материала и владение навыками, предусмотренными программой практики. Выполнены все задания, предусмотренные программой практики, обучающийся не имеет пропущенных дней практики.

**Оценка «Удовлетворительно».** Обучающийся продемонстрировал основные знания и навыков по программе практики. Выполнены основные задания, предусмотренные программой практики, не имеет пропущенных дней практики. Обучающийся затрудняется в ответе, возможно допущение ошибок и неточностей в ответе, но обучающийся обладает необходимыми знаниями для ответа на наводящие вопросы преподавателя.

**Оценка «Неудовлетворительно».** Обучающийся не продемонстрировал теоретических знаний и владения навыками по программе практики.

#### Порядок представления отчетности по практике

Основной формой отчетности являются: отчет обучающегося о прохождении практики, аттестационный лист, характеристика студента от руководителя с места прохождения практики и проект выпускной квалификационной работы.

## **5.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Реализация программы (преддипломной) практики осуществляется с использованием специального оборудования.

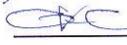
- средства обучения и обработки информации (компьютер, принтер, сканнер, ноутбук, мультимедийная установка);
- экран, проектор;
- студийное оборудование: отражатели, фоны, вспышки, стойки, насадки; фотоувеличитель; фотоаппараты.

## 2. Примерные рекомендованные темы ВКР

1. Мультимедийный продукт: этапы производства.
2. Психологические аспекты формирования имиджа лидера средствами рекламы.
3. Этические аспекты профессиональной деятельности (российский опыт).
4. Электронная торговля и интернет-маркетинг.
5. Реклама и PR в сфере досуга
6. Региональная специфика коммуникационной политики музеев и театров. Международный опыт продвижения учреждений культуры
7. Продвижение компаний в сети Интернет (сайт, социальные сети, блоги, вирусный маркетинг и т.д.).
8. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности.
9. «Зеленый» маркетинг
10. Коммуникационная политика компаний в сети Интернет. Разработка фирменного стиля, брендинг, нейминг.
11. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в социальных сетях (на примере компании...);
12. Конкурентные стратегии и стратегии позиционирования на ресторанном / гостиничном рынке.
13. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в интернет-среде (на примере компании...)
14. Формирование и управление потребительской лояльностью в сфере услуг (на примере компании...);
15. Маркетинговые коммуникации в индустрии впечатлений (на примере компании HoReCa /шоу-бизнеса и индустрии развлечений)
16. Нестандартные виды рекламы.
17. Разработка рекламной кампании образовательного учреждения.
18. Разработка рекламной кампании в сети Интернет.
19. Разработка рекламной кампании в рамках ребрендинга.
20. Разработка стратегии продвижения бренда на товарном рынке.
21. Разработка рекламной кампании для предприятий сферы услуг.
22. Организация и эффективность деятельности рекламного агентства.

Исполнители:

доц. кафедры рекламы и дизайна  Маслова Е.В. 20.04.2015

преп. кафедры рекламы и дизайна  Окс С.И. 20.04.2015

Согласовано:

Куратор ОПОП СПО  
по специальности  Маслова Е.В. 20.04.2015

Рекомендовано НМС факультета журналистики протокол № 7 дата 20.04.2015.

**Приложение 1  
(обязательное)**

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ**

1. Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_

2. Курс \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_ Специальность \_\_\_\_\_

3. Место проведения практики \_\_\_\_\_

4. Сроки прохождения практики с \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_ по \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_ объеме \_\_\_\_\_ часов

5. Наименование профессионального модуля \_\_\_\_\_

6. Виды выполняемых работ:

№ п/п	Наименование вида работ	Отметка о выполнении
		+
		-
		+
		+

Руководитель практики

от Университета \_\_\_\_\_

*должность, Ф.И.О., подпись*

Руководитель практики

от Организации \_\_\_\_\_

*должность, Ф.И.О., подпись*

\_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_

*Разъяснения по заполнению:*

*П.2 - указывается наименование организации (база практики), юридический адрес организации.*

*П.3 - при условии, что студентом выполнено не менее 70% перечисленных видов работ, считается, что программа практики выполнена.*

**Приложение 2  
(обязательное)**

Заполняется на фирменном бланке организации – базы производственной практики

**ХАРАКТЕРИСТИКА**  
*профессиональной деятельности студента  
во время прохождения практики (учебной, производственной)*

На студента ФГБОУ ВПО «ВГУ»

\_\_\_\_\_  
ФИО

Факультет \_\_\_\_\_  
группа \_\_\_\_\_  
специаль-  
ность \_\_\_\_\_

*код и наименование специальности*

проходившего практику с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
на базе: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*название организации*

по \_\_\_\_\_  
*вид производственной практики*

**Показатели выполнения производственных заданий:**

уровень теоретической подготовки \_\_\_\_\_

качество выполненных заданий \_\_\_\_\_

трудовая дисциплина и соблюдение техники безопасности \_\_\_\_\_

Выводы и предложения \_\_\_\_\_

Дата «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

Руководитель практики от организации (базы практик)

\_\_\_\_\_  
*должность*  
М.П.

\_\_\_\_\_  
*подпись*

\_\_\_\_\_  
*ФИО*

**Приложение 3  
(обязательное)**

**Форма титульного листа дневника по прохождению практики  
и схема его ведения**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВПО «ВГУ»)**

Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ДНЕВНИК**

*указать вид практики*

студента

ФИО

Курс \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

Специальность \_\_\_\_\_

Место проведения практики \_\_\_\_\_

*наименование базы практики*

Время проведения практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководители практики:

от Университета \_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

от базы практики \_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

Студент \_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

М.П. базы практики

Схема дневника

Дата, часы, место работы	Краткие сведения о проделанной работе	Подпись ответ- ственного лица

Заключение руководителя по виду практики по итогам практики студента

---

---

---

\_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Подпись руководителя

## Приложение 4 (обязательное)

### Форма отчета студента о прохождении практики

#### ОТЧЕТ

о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
*указать вид практики*

студента (ки) \_\_\_\_\_ факультета \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_  
*фамилия, имя, отчество*

Специальности \_\_\_\_\_

1. Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

2. Сроки прохождения практики:

а) согласно графику учебного плана с \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.;

б) действительный срок практики с \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Причины изменения срока, если таковые были.

3. Порядок прохождения практики, ее содержание, выполнение программы практики. Указать противоречия между теорией и практикой, выявленные во время производственной практики, их причины. Собственная точка зрения студента на возможность их устранения. Указать недостатки производственной практики (оборудование, организация, снабжение), их причины и возможности устранения.

4. Производственные экскурсии, их значение.

5. Доклады и сообщения, сделанные студентом во время практики, участие в рационализаторской работе, в техучебе, проводимой на предприятии.

6. Оценка практики, ее положительные и отрицательные стороны, выводы и предложения по улучшению практики.

7. Перечень приложений к отчету.

Дата

ФИО студента, подпись

