Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 06.11.2026 11:31:12
Уникальный программный ключ:
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

Приложение
к ООП по специальности
42.02.01 Реклама

Методические указания по учебной практике/производственной практике (по профилю специальности)

для специальности
42.02.01 Реклама

2026

1. Общие положения

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) являются составной обязательной частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама и представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

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

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

Сроки проведения практики определяются утвержденным учебным планом и календарным учебным графиком.

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

Производственная практика проводится в организациях на основе договоров, заключаемых между Университетом и организациями.

Организацию и руководство практикой по профилю специальности и преддипломной практикой осуществляют руководители практики от Университета и организации.

Направление на практику оформляется приказом ректора с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

Распределение и направление студентов по местам практики берет на себя Отдел практики Университета.

Студент может самостоятельно определить место прохождения практики. В этом случае, необходимо не позднее, чем за месяц до ее начала представить в отдел практики письменное заявление о месте прохождения практики.

Обучающиеся, осваивающие ОП СПО в период прохождения практики в организациях обязаны:

- явиться на собрание, проводимое руководителем практики совместно с сотрудниками Отдела практики и трудоустройства;
- детально ознакомиться с программой практики;
- своевременно прибыть на место прохождения практики;
- соблюдать режим работы и выполнять указания руководителя практики;
- своевременно подготовить отчет о прохождении практики;
- выполнять задания, предусмотренные программами практики;

- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

2. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена

Виды профессиональной деятельности:

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях;
- выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

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;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими видам деятельности:

1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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.

2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

3.Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

4.Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

Для овладения указанными видами деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы учебной и производственной практики должен:

Виды деятельности	**Код и наименование компетенции**	**Показатели освоения компетенции**
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	**Практический опыт:** - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	**Практический опыт:** - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	**Практический опыт:** - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
		Практический опыт:

	ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: Преобразовывать требования заказчика в бриф
		Знания: - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций **…**- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Практический опыт:** Планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения: - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
		Знания: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуника-	**Практический опыт:** - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
		Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;

	ционных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
		Знания: - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	**Практический опыт:** - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	**Практический опыт:** - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;

		- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.
		Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**Практический опыт:** - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и	ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достиже-	**Практический опыт:** - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);

основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ния целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		Знания: - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	**Практический опыт:** -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	**Практический опыт:** - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
		Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера;

		- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
		Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	Владеть навыками	- организации деятельности по работе с заказчиком по размещению и сопровождению заказа.
	Уметь	- выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи; - планировать и подготавливать рекламные сообщения; - соблюдать соответствие рекламной идеи изготовлению рекламной продукции; - тестировать эффективность рекламы; - работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
	Знать	- виды рекламы; - основы организационной рекламной деятельности; - методы и приемы информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях - основы организации связи со средствами массовой информации; - методы подготовки и сбора рекламных материалов; - порядок подготовки рекламных кампаний; - оценку эффективности рекламы.

3.Аттестация по итогам практики

3.1. Результаты прохождения практики оцениваются посредством промежуточной аттестации, которая может проводиться в виде публичной защиты, либо в виде собеседования с обучающимся по выполненной работе и оценки Отчета на соответствие установленным требованиям, изложенным в п. 6 настоящего Положения.

3.2. Форма промежуточной аттестации результатов практики устанавливается учебным планом.

3.3. Защита Отчета о прохождении практики назначается **на последний рабочий день периода практики.** Начальником Отдела практики и трудоустройства устанавливается время и место проведения защиты и обеспечивается доведение данной информации до руководителя практики и Отдела расписания с целью отражения даты приема зачета по практике в расписании соответствующей группы.

Ответственность за информирование обучающихся о дате, времени и месте проведения защиты Отчета о прохождении практики возлагается на специалистов учебных кампусов.

3.4. Аттестация по итогам практики проводится с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций.

3.5. По результатам практики руководителями практики от организации и МФЮА формируется характеристика, содержащая сведения об уровне освоения обучающимися общих и профессиональных компетенций в период прохождения практики.

3.6. Если у студента в характеристике не освоена хотя бы одна компетенция, предусмотренная программой практики, то студент не допускается к защите, и оценка «неудовлетворительно» выставляется за всю практику в целом.

3.7. Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку за практику, не допускаются к экзамену по профессиональному модулю/квалификационному экзамену.

3.8. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или неявка на промежуточную аттестацию по практике без уважительных причин признаются академической задолженностью.

Обучающийся может ликвидировать академическую задолженность по практике в соответствии с установленными условиями проведения повторных промежуточных аттестаций в рамках календарного учебного графика. Количество повторных промежуточных аттестаций по практике не может быть более двух. Вторая повторная промежуточная аттестация проводится комиссией, состав которой утверждается приказом ректора из числа профессорско-преподавательского состава соответствующих отделений Университета. Вторая повторная промежуточная аттестация проводится не позднее истечения периода времени, составляющего один год после образования академической задолженности. В указанный период не включаются время болезни обучающегося, нахождение его в академическом отпуске или отпуске по беременности и родам. В случае образования академической задолженности менее чем за один год до окончания обучения, ликвидации академической задолженности организуется в соответствии со сроками обучения по календарному учебному графику

Обучающиеся, не ликвидировавшие академическую задолженность по практике, подлежат отчислению в установленном порядке.

3.9. Обучающиеся, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются на практику вторично в свободное от учебы время.

Наличие уважительных причин должно подтверждаться документами, подписанными ответственными должностными лицами и заверенными печатью организации (справки медицинских учреждений; командировочный лист; справка из военкомата; документы, подтверждающие вызов в органы дознания, предварительного следствия, прокуратуры, суд или налоговый орган и т. Д.).

3.10. Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие неудовлетворительную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации.

4. Требования к оформлению отчета о прохождении практики

4.1. По результатам практики обучающимся составляется Отчет, который утверждается организацией.

Если практика проходит у индивидуального предпринимателя, который, как правило, работает без печати, необходимо к Отчету приложить копию свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя (ЕГРИП).

4.2. Отчет о прохождении практики должен включать описание проделанной работы. В Отчете в систематизированном виде должны быть освещены основные вопросы, предусмотренные программой практики, а также сформулированы выводы, к которым пришел практикант, и его предложения. К Отчету могут прилагаться таблицы, схемы, графики, а также копии необходимых документов.

4.3. Отчет по практике оформляется в соответствии с общими требованиями, принятыми в Университете.

4.3.1. Структура отчета по практике:

- титульный лист Отчета (Приложение 2);
- задание на практику (Приложение 3);
- дневник практики (Приложение 4);
- характеристика на обучающегося (Приложение 5);
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список используемых источников;

- приложения (графики, схемы, таблицы, алгоритмы, иллюстрации, копия свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя и т.п.).

4.3.2. Содержание включает введение, наименование всех разделов и подразделов, пунктов (если они имеют наименование), заключение, список использованных источников и наименования приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы Отчета.

Объем содержательной части отчета, включающей введение, основную часть и заключение **не должен превышать 10 страниц**:

Введение должно содержать оценку состояния исследуемой предметной области, обоснование необходимости проведения работы в рамках задания, сведения о существующих современных достижениях и планируемом уровне разработок. Во введении должны быть отражены актуальность и значимость проводимых исследований.

Основная часть Отчета должна включать следующие разделы:

- Общие сведения об организации (наименование, правовой статус, наличие филиалов и представительств, история развития, краткая характеристика основных видов деятельности); описание организационной структуры управления организацией (структура подчиненности).

- Список изученных в ходе практики материалов. Описание изученных в ходе практики материалов. Описание функций подразделения, в котором обучающийся проходил практику; организационной структуры управления подразделением с распределением обязанностей; должность, которую занимал обучающийся во время прохождения практики; функции, закрепленные за обучающимся на время практики.

- Подробное описание выполненных работ на основании дневника практики (ознакомление с документами, составление или помощь в составлении отдельных документов; участие в конкретных мероприятиях, проведенных должностными лицами в период практики; выполнение отдельных поручений; виды работы, выполненной самостоятельно).

- Заключение должно содержать выводы в целом по результатам выполненной работы и отдельных ее этапов в рамках целевой установки на практику.

4.3.3. Список использованных источников должен включать документы, использованные при составлении Отчета, ссылки на которые оформляют арабскими цифрами в квадратных скобках.

4.3.4. Отчет может содержать приложения, в которые рекомендуется включать материалы, дополняющие текст Отчета, связанные с выполненной работой, если они не могут быть включены в основную часть.

Приложения могут включать: графический материал, таблицы не более формата А3, расчеты, описания алгоритмов и программ и т.д. На весь графический материал, также таблицы, рисунки, в Отчете должны быть ссылки. При ссылке следует печатать название объекта, например, «таблица» с указанием ее номера.

Приложение оформляют одним из следующих способов:

1) как продолжение данного Отчета на последующих его листах;

2) в виде самостоятельного (отдельного) документа.

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

Каждое приложение следует размещать с новой страницы с указанием в центре верхней части страницы слова "ПРИЛОЖЕНИЕ".

Приложение должно иметь заголовок, который записывают с прописной буквы, полужирным шрифтом, отдельной строкой по центру без точки в конце.

Приложения обозначают арабскими цифрами. После слова "ПРИЛОЖЕНИЕ" следует цифра, обозначающая его последовательность.

Если в Отчете одно приложение, оно обозначается "ПРИЛОЖЕНИЕ".

Приложения, как правило, выполняют на листах формата А4. Допускается оформление приложения на листах формата А3.

Текст каждого приложения при необходимости может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения.

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

Приложения, которые приведены в Отчете в качестве самостоятельного (отдельного) документа, имеющие собственную нумерацию страниц, допускается не перенумеровать.

Все приложения должны быть перечислены в содержании Отчета (при наличии) с указанием их обозначений, статуса и наименования.

5. Задания на практику

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Производственная практика (по профилю специальности)

- анализ состава рынка.
- проведение сегментирования на рынке.
- разработка плана проведения исследований потребителей.
- разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.
- подготовка плана проведения рекламной кампании.

ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Производственная практика (по профилю специальности)

1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.
2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.
3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.
4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.
5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.
6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.
7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.
8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.
9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.
10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.
11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.

12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.

ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Производственная практика (по профилю специальности)

1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия
2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.
3. Изготовить рекламный и/или PR материал.
4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.
5. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Производственная практика (по профилю специальности) МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений

1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика
2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений
3. Разработка рекламной продукции
4. Сдача проекта заказчику

Производственная практика (по профилю специальности) раздела 1 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.
Создания шрифтовых композиций.
Спецэффекты

Производственная практика (по профилю специальности) раздела 2 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Разработка и создание дизайна рекламной продукции:
выбор художественной формы реализации рекламной идеи;
создание визуального образа с рекламными функциями;
художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.

Производственная практика (по профилю специальности) раздела 3 МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.
Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации.
Место фотографии в цепочке рекламной продукции.
Анализ рекламной деятельности предприятия.

Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
Технология организации и проведения фотосопровождения.
Финишные визуальные работы.

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Учебная практика по разделу 1
Виды работ:
1. Осуществление работы по поиску и привлечению клиентов.
2. Осуществление работы с клиентской базой.
3. Оформление заказа с применением офисной оргтехники.
4. Составление договора, с учетом применения правовых знаний.
5. Определение типа брифа и составление брифа с заказчиком.
6. Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора.
7. Разработка рекламного проекта на основе ранее сформулированного задания (по брифу).
8. Анализ рекламодателя, разработка рекламных решений.
9. Планирование рекламной деятельности.
10. Создание вербальных и визуальных сообщений.

Организация и проведение презентации идеи готового рекламного проекта.

Производственная практика (по профилю специальности) по разделу 2
Виды работ:
1. Составление творческого брифа.
2. Постановка задач, определение каналов размещения рекламы.
3. Определение рекламной концепции.
4. Подготовка визуальных материалов для рекламного проекта.
5. Написание рекламного текста с учетом различных типов рекламы.
6. Создание слогана.
7. Создание рекламных макетов и мокапов.
8. Подготовка изобразительных материалов для визуального образа объекта рекламирования.
9. Разработка визуального имиджа объекта рекламирования.

Организация и проведение презентации рекламного проекта.

Производственная практика (по профилю специальности) по разделу 3
Виды работ:
1. Составление перечня из не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
2. Подготовка нативной статьи для публикации в социальных медиа
3. Публикация статьи в социальных медиа
4. Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа
5. Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора KPI (включая расходную составляющую)
6. Разработка РК (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы по выбору) с демонстрацией
7. Разработка оригинального дизайна презентации.
8. Определение контента содержания презентации.
9. Создание в презентации графики/инфографики.

10. Создание и применение в презентации слайд-шоу, видео, анимации, скрайбинга и других форм визуализации.
11. Проведение презентации, публичная защита.

Сохранение презентации как видеозапись.

Приложение 1

Образец заявления о закреплении места практики

Заведующему отделением

_____
(наименование отделения)

_____
(ученая степень, звание, должность, Ф.И.О.)

студента группы _____
курс _____
специальность _____
Ф.И.О. (полностью) _____
Моб. телефон _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу закрепить за мной в качестве места прохождения практики следующее предприятие:

_____
(наименование профильной организации)

Вид/тип практики _____

Период прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Дата заявления: «____» _____ 20____г.

_____ _____/……/_____
(подпись) (Ф.И.О. обучающегося)

Приложение 2

Образец титульного листа отчета по практике

Аккредитованное образовательное частное учреждение
высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Утверждаю
зав. отделением_____
_____
_____/_____
«___»_____

ОТЧЁТ

о прохождении учебной практики/производственной практики (по профилю специальности)

нужное подчеркнуть

по профессиональному модулю

_____

Специальность _____
Студента(ки)_____ курса _____группы

форма обучения_____
(очная, заочная)

_____
(ФИО)

Место проведения практики (организация)

_____
_____
наименование организации, юридический адрес

Срок прохождения практики с «___» _____20__ г. по «___» _____20__г.

Оценка о защите отчета ____ (_____)

Руководитель практики от образовательной организации _____
(подпись/Ф.И.О.)

Руководитель практики от организации (предприятия) _____
М.П. (подпись/Ф.И.О.)

Приложение 3

Образец задания на практику

Аккредитованное образовательное частное учреждение
высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Утверждаю
зав. отделением_______
_____
_____/_____
«____»_____

Задание
на учебную практику/производственную практику (по профилю специальности)
нужное подчеркнуть

1._____
ФИО студента

2. Группа _____ Курс _____
3. Специальность _____
4. Место проведения практики (организация) _____
_____
наименование организации, юридический адрес
5. Наименование профессионального модуля _____
_____
6. Сроки проведения практики _____
7. Объем практики _____

Календарный план проведения практики

№ пп	Задание	Календарные сроки

Руководитель практики от образовательной организации _____/_____
(подпись/ФИО)

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель практики от профильной организации _____/_____
(подпись/ФИО)

С программой практики и заданием ознакомлен:
Студент _____ _____
(подпись)

Приложение 4

Образец дневника практики

Аккредитованное образовательное частное учреждение
высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»

Д Н Е В Н И К

прохождения учебной практики/производственной практики
(по профилю специальности)
нужное подчеркнуть

по профессиональному модулю

_____

Специальность _____

Студента(ки)_____ курса _____группы

форма обучения_____
(очная, заочная)

_____
(ФИО)

Место проведения практики (организация) _____
_____
наименование организации, юридический адрес

Срок прохождения практики с «___» _____20__ г. по «___» _____20__г.

Содержание работ

Дата	Содержание выполненных работ согласно программе практики
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка
	Подготовка документарного Отчета о прохождении практики

Руководитель практики от предприятия (организации) _____
(подпись//Ф.И.О.)

Руководитель практики от образовательной организации _____
(подпись/Ф.И.О.)

Приложение 5

Образец характеристики

Характеристика

1._____

ФИО студента

2. Группа _____ Курс _____

3. Специальность _____

4. Место проведения практики (организация) _____

_____

наименование организации, юридический адрес

5. Вид/тип практики: (учебная практика/производственная практика (по профилю специальности)

нужное подчеркнуть

6. Наименование профессионального модуля _____

_____

7. Сроки проведения практики _____

8. Объем практики _____

За время прохождения практики студент освоил профессиональные компетенции:

1балл - Студент не справляется с решением/выполнением типовых профессиональных задач, не проявляет ни один из навыков, входящих в компетенцию;

2 балла - Студент не справляется с решением/выполнением типовых профессиональных задач, проявляет отдельные навыки, входящие в компетенцию;

3 балла - Студент решает/выполняет типовые профессиональные задачи при консультационной поддержке преподавателя (наставника);

4 балла - Студент самостоятельно выполняет/решает типовые профессиональные задачи. Для решения нестандартных задач требуется консультационная помощь преподавателя (наставника);

5 баллов - Все профессиональные (типовые и нестандартные) профессиональные задачи студент решает/выполняет самостоятельно

Код компетенции	Профессиональные компетенции, включающие в себя способность:	Оценка компетенции в баллах				
Вид профессиональной деятельности: _____						

За время прохождения практики студент освоил общие компетенции:

(обведите цифру, соответствующую степени сформированности компетенции):

5 – компетенция сформирована в максимальной степени
4 – компетенция сформирована хорошо
3 – компетенция сформирована на среднем уровне
2 – компетенция сформирована слабо
1 – компетенция не сформирована

Коды ОК	Общие компетенции	Баллы				
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5

		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5

Профессиональные компетенции, предусмотренные программой практики_____
(освоены / не освоены)

Общие компетенции, предусмотренные программой практики_____
(освоены / не освоены)

Укажите дополнительные качества, которые характеризуют молодого специалиста, но не указаны выше, а также Ваши замечания
_____
_____
_____

Заключение: считаю возможным оценить работу студента на
оценку_____
(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Руководитель практики от образовательной организации_____/_____
(подпись/ФИО)

Руководитель практики от предприятия (организации)_____/_____/_____
(должность/подпись/ФИО)

Дата _____20____г.

Приложение 6

Образец договора об организации практики и практической подготовки обучающихся

Договор об организации практики и практической подготовки обучающихся

г. Москва "____" _____ 20___ г.

Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА», осуществляющее образовательную деятельность на основании лицензии (№ 1402 серия 90Л01 № 0008398 от 23.04.15 г., выдана Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки, сроком действия: бессрочно) в лице ректора Забелина Алексея Григорьевича, действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем "Университет", и _____, именуем__ в дальнейшем "Профильная организация", в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, именуемые по отдельности "Сторона", а вместе - "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Настоящий Договор заключен в соответствии с п.п.6-8 ст.13 Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Положением о практической подготовке обучающихся, утверждённым приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерством просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 №885/390.

1.2. Предметом настоящего Договора является совместная организация и проведение практики обучающихся, в том числе в форме практической подготовки.

1.3. Стороны организуют и проводят практики обучающихся в соответствии с программами и заданиями Университета, целью проведения которых является наиболее полное, качественное и непрерывное освоение обучающимися программ среднего профессионального образования в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами.

1.4. Образовательная программа, виды и (или) типы практики, в том числе при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие практики, сроки организации практики в форме практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложением 1).

1.5. Реализация практик, в том числе в форме практической подготовки, согласованных Сторонами в приложении N 1 к настоящему Договору, осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение N 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Университет обязан:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практики, в том числе в форме практической подготовки, представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, сроки прохождения практики;
2.1.2 назначить приказом руководителя по практике, в том числе в форме практической подготовки, от Университета из числа наиболее квалифицированных сотрудников, который:
- обеспечивает организацию образовательной деятельности практики, в том числе в форме практической подготовки;
- организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оценивает результаты выполнения обучающимися программы практики;
- несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию практики, в том числе в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Университета, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
2.1.3 при смене руководителя по практике, в том числе практической подготовке, в двухдневный срок сообщить об этом Профильной организации;
2.1.4 установить виды и типы практики, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;
2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения практики, в том числе в форме практической подготовки;
2.2. Университет имеет право:
2.2.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации практики, в том числе в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;
2.2.2 запрашивать информацию об организации практики, в том числе в форме практической подготовки, о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
2.3. Профильная организация обязана:
2.3.1 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации практики, в том числе в форме практической подготовки со стороны Профильной организации (далее - Руководитель по практике, в том числе в форме практической подготовки от Профильной организации);
2.3.2 при смене лица, указанного в пункте 2.3.1, в двухдневный срок сообщить об этом Университету;
2.3.3. осуществлять контроль за организационной и методической работой Руководителя по практике, в том числе в форме практической подготовки от Профильной организации;
2.3.4 создать условия для реализации практики, в том числе в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.3.5 обеспечить предоставление обучающемуся необходимой и достаточной информации для прохождения практики:
2.3.6 обеспечить безопасные условия реализации практики, в том числе в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
2.3.7 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации практики, в том числе в форме практической подготовки, и сообщать руководителю от Университета об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;
2.3.8 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации и иными необходимыми документами
2.3.9 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;
2.3.10 предоставить обучающимся и руководителю по практике от Университета возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами, а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;
2.3.11 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практике от Университета;
2.3.12 по окончании практики, в том числе в форме практической подготовки подписать подготовленные обучающимися отчеты о прохождении практики, включающие дневники практики, характеристику.
2.3.13 в случае нарушения обучающимся трудовой дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка Профильной организации незамедлительно уведомлять об этом Университет;
2.4. Профильная организация имеет право:
2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;
2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практики, в том числе в форме практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию практики в отношении конкретного обучающегося.

3. Ответственность сторон

3.1. Каждая сторона несет ответственность за исполнение своих обязательств по настоящему договору.
3.2. Стороны освобождаются от ответственности в случае наступления чрезвычайных обстоятельств.

4. Прочие условия

4.1. Продолжительность рабочего дня обучающихся должна соответствовать ст. 91 и 92 ТК РФ.
4.2. В условиях ограничений при невозможности посещения обучающимися Профильной организации, стороны согласовывают возможность прохождения практической подготовки в удаленном режиме с применением дистанционных образовательных технологий. При этом стороны совместно прорабатывают и обеспечивают представление полного пакета справочных, методических и иных материалов, а также устанавливают график и средства для консультирования обучающихся.

4.3. Настоящий договор не предусматривает финансовых обязательств сторон.

5. Срок действия договора

5.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует на срок 5 (пять) лет.

5.2. По истечении срока договора при отсутствии возражений сторон договор пролонгируется на тот же срок.

6. Заключительные положения

6.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

6.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

6.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

7. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Университет:	Профильная организация:
Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА»	Полное наименование:
Адрес местонахождения: 115191, г. Москва, ул. Серпуховский вал, д.17, корп.1 Почтовый адрес: 117342, г. Москва, ул. Введенского, д. 1А	Адрес местонахождения:
ОГРН 1027739751346 ИНН 7725082902	ОГРН ИНН
Тел. 8(499)979-00-99	Тел.
Эл. почта: Post@mfua.ru	Эл. почта:
Ректор	Должность:
_____А.Г. Забелин	_____ФИО

Приложение N 1 к договору
№_____
«___» _____ 20___ г.

**Сведения об обучающихся,
для которых реализуется практика, в том числе в форме практической подготовки**

№ п/п	Образовательная программа (программы)	Практики, при реализации которых, организуется практическая подготовка	Количество обучающихся	Сроки организации практики в форме практической подготовки

Приложение N 2 к договору
№_____
«___» _____ 20___ г.

Перечень помещений Профильной организации, предоставленных для осуществления практической подготовки при проведении практики

№ п/п	Наименование структурного подразделения	Адрес, номер кабинета / помещения

Структура содержания отчета

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……..…...…….3

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ …….....4

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…….…

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……..…..

ПРИЛОЖЕНИЯ ..... ……

Шаблон написания Введения

ВВЕДЕНИЕ

Я, ФИО, студент группы ……., проходил учебную практику в период с « » 20 г. по « » 20 г. в ООО « », находится по адресу г. Москва ул……...

Основной целью прохождения учебной практики было освоение видов профессиональной деятельности, систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений, формирование у студента общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей.

Целью прохождения учебной практики также является реализация полученных теоретических знаний, умений и навыков, а также получение новых знаний и представлений о практической деятельности организации.

Задачами учебной практики были научиться …

(см. профессиональные компетенции модуля 01!):

Объект практики: ООО « », специализируется на ….

Общество с ограниченной ответственностью « » основано 5 февраля 2013 г. Согласно данным ЕГРЮЛ учредителями ООО являются 2 физических лица.

Организация осуществляет деятельность …

Нормативный правовой акт - официальный документ установленной формы, принятый в пределах компетенции уполномоченного государственного органа (должностного лица), иных социальных структур. Нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность ООО можно посмотреть в приложении 1.

С организационной структурой предприятия можно так же ознакомиться в приложении 2.

Шаблон написания Основной части

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Следовать по содержанию работ согласно программе и заданию практики

Шаблон написания Заключения

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам прохождения практики, освоения, формируемых в рамках прохождения практики, компетенций получены следующие результаты:

Из данной методички необходимо брать текст описания профессиональных компетенций, которыми обучающийся по итогам прохождения практики должен обладать и которые соответствуют видам деятельности.

Используя фразы «Знать, уметь, владеть» (выбрать наиболее подходящие компетенции, различные для каждого модуля). Ниже показан образец написания.

*В процессе подготовки отчета я научился **…***
В ходе практики проявил знания ….
В период практики подтвердил уровень владения…
В процессе подготовки и написания отчета продемонстрировал умения …

Во всех бланках строгой отчетности перед распечаткой, фразу «ПРИЛОЖЕНИЕ» (шаблоны написания) удалить!

Шаблон написания Списка использованных источников

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Экономическая учебная и специальная литература

1. Аксель Зелль. Бизнес-план. Управление продажами, планирование и оценка проектов. Издательство: Ось-89; 2020 г., 456 с.

2. Агабабьян Э.Г. Экономический анализ сферы услуг / Э.Г. Агабабьян. - Г.: Экономика, 2018. - 160 с.

3. Баринов В. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие [Текст] /В. А. Баринов. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2020. – 271 с.

4. Барроу К. Бизнес-планирование: полное рук. [Текст] /К. Барроу [пер. с англ. М. Веселковой]. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2020. – 399 с.

5. Батлер Д. Бизнес-планирование: что нужно для успешного начала собственного дела [Текст] / Д. Батлер. – СПб.: Питер, 2020. – 265 с.

6. Виленский П., Лившиц В., Смоляк С. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. Издательство: Дело, Академия народного хозяйства; 2021 г., 1104 с.

7. Риск-менеджмент инвестиционного проекта. Редакторы: Марина Грачева, А. Секерин. Издательство: Юнити-Дана; 2017 г., 544 с.

8. Общая теория статистики: статистическая методология в изучении коммерческой деятельности. / Под ред. О. Э. Байтной, А. А. Спирина. - М.: Финансы и статистика, 2021. – 411 с.

9. Липсиц И.В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа. Учебно-справочное пособие. / И.В. Липсиц, В.В. Коссов - М.: Издательство БЕК, 2021. – 304 с.

10. Майкл Кэхилл. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса. Издательство: Дело и Сервис; 2020 г., 432 с.

11. Маховикова - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2021. –180 с.

Материалы периодических изданий

12. Антонова В.А. Конкуренция и управление конкурентоспособностью

предприятий ресторанного хозяйства в условиях становления рынка / В.А. Антонова // Научный вестник Московского университета потребительской кооперации РФ. - 2020. - № 1 (21). - С. 54-57.

Электронные ресурсы

13. Налоговый кодекс Российской Федерации (действующая редакция от 01.01.2018) // http://www.consultant.ru/

14. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 02.11.2017) // http://www.consultant.ru/

15. Закон РФ «О защите прав потребителей» №2-ФЗ от 09.01.96 г. // http://www.consultant.ru/

16. Закон РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 99-ФЗ от 04.05.2017 г. // http://www.consultant.ru/

Шаблон написания Приложений

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

(примечание: документация для вставки в Приложения должна быть связана с конкретным местом прохождения практики студентом)