

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:09
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

13 июня 2024г., протокол УМС №5

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Производственная практика, преддипломная практика

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**
Учебный план b420301-ССО-24-1.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216
в том числе:
аудиторные занятия 0
самостоятельная работа 216

Виды контроля в семестрах:
зачеты 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Сам. работа	216	216	216	216
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):

Ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Производственная практика, преддипломная практика

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 13.06.2024 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. Кафедрой Зав. кафедрой к. философ. наук Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целями производственной практики, преддипломной являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности; проведение теоретико-экспериментального исследования по теме дипломной работы будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью; совершенствование профессиональных исследовательских и практических умений и навыков; формирование профессиональной позиции, мировоззрения, стиля поведения, освоение профессиональной этики; сбор и подготовка основных разделов дипломного сочинения в рамках проекта рекламной или

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б2.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Бизнеспланирование
2.1.2	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.1.3	Брендинг
2.1.4	Консалтинг в связях с общественностью
2.1.5	Медиапланирование
2.1.6	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.1.7	Копирайтинг
2.1.8	Корпоративная культура
2.1.9	Пресс-служба
2.1.10	Производственная практика, профессионально-творческая практика
2.1.11	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.1.12	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бизнеспланирование
2.2.2	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Психология карьеры

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-3.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПК-3.3: Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде

ПК-5.2: При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной
ПК-6.2: Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта
ПК-8.1: Способен использовать цифровые технологии и инструменты работы с информацией с целью удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей
ПК-8.2: Способен ставить задачи и разрабатывать алгоритмы решения с использованием инструментов программирования
ПК-8.3: Способен использовать математические методы и модели для решения профессиональных задач и разработки новых подходов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основные особенности и круг профессиональных обязанностей копирайтера; методики анализа знаковых систем рекламных сообщений, приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов; литературные приемы используемые при создании слоганов; основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность процессы формирования и развития социальных институтов, их социальные роли и функции;
3.1.2	- способы создания инфоповодов;
3.1.3	- основные методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.1.4	- основные методы мониторинга обратной связи с разными целевыми аудиториями;
3.1.5	- основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;
3.1.6	- базовые принципы осуществления коммуникационных кампаний по созданию коммуникационного продукта в сфере корпоративной социальной ответственности;
3.1.7	- специфику и классификацию информационных продуктов, форматов и каналов массмедиа, социальных
3.1.8	- основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью;
3.1.9	- основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.1.10	- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации; основные направления деятельности пресс-службы, пиар-специалиста, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы и менеджера по рекламе и связям с общественностью;

3.1.11	- цифровые технологии и инструменты работы с информацией с целью удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей
3.1.12	- логику и алгоритмы инструментов программирования;
3.1.13	- математические методы решения профессиональных задач и разработки новых подходов
3.2	Уметь:
3.2.1	- классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, ориентироваться в семиотической природе рекламы, моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий -ориентироваться в научной литературе, посвященной вопросам современной рекламы, знать основные сайты информационных баз в
3.2.2	- применять технологии создания инфоповодов на основе использования актуальных трендов и аналитики новостей;
3.2.3	- планировать разработку маркетинговых исследований для реализации коммуникационные продуктов;
3.2.4	- планировать и вести мониторинг обратной связи с различными целевыми аудиториями;
3.2.5	- применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;
3.2.6	- ориентироваться в условиях и методах осуществления коммуникационных кампаний по обеспечению открытости компании и реализации корпоративной социальной ответственности;
3.2.7	- создавать и разрабатывать концепцию канала коммуникации, формат программы, продукта данного канала коммуникации;
3.2.8	- решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности;
3.2.9	- реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.2.10	- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR- кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR -кампаний;
3.2.11	- планировать применение цифровых технологий и инструментов; использовать современные технические средства, проводить аналитику новостей, тем, материалов, сайтов, социальных сетей при удовлетворении личных, образовательных и профессиональных потребностей;
3.2.12	- планировать применение цифровых технологий и инструментов; использовать современные технические средства, проводить аналитику новостей, тем, материалов, сайтов, социальных сетей при удовлетворении личных, образовательных и профессиональных потребностей;
3.2.13	- способен ставить задачи и разрабатывать алгоритмы решения с использованием инструментов программирования;
3.2.14	- планировать, разрабатывать и ставить профессиональные задачи и предлагать новые подходы к их

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Организационный					
1.1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охраны труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки.	8	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	
	Раздел 2. Подготовительный					

2.1	Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	8	60	ПК-7.1 ПК- 7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК- 6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК- 8.3 ПК-2.1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	
Раздел 3. Производственный						
3.1	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Организация и подготовка рекламных и PR-мероприятий. Обработка и анализ полученной информации. /Ср/	8	100	ПК-7.1 ПК- 7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК- 6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК- 8.3 ПК-2.1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	
Раздел 4. Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным заданиям.						
4.1	Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики,	8	52	ПК-7.1 ПК- 7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК- 6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК- 8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК- 3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	
4.2	/Зачёт/	8	2	ПК-7.1 ПК- 7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК- 6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК- 8.3 ПК-2.1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------	----------	-------------------	----------

Л1.1	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
------	--	---	--	---

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2024, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н.	Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1: Учебно-методическое пособие	Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022, электронный ресурс	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Международный пресс-клуб			
6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	Пакет прикладных программ Microsoft Office, операционная система Microsoft Windows.			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем				
6.3.2.1	Информационно-правовой портал Гарант.ру - http://garant.ru/ , Справочно-правовая система «Консультант плюс» - http://consultant.ru/ .			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Материально-техническое обеспечение определяется учреждением, на базе которого проводится учебная практика.
7.2	Если учебно-ознакомительная практика проходит на базе БУ ВО «Сургутский государственный университет» кафедра Психологии:
7.3	Методический кабинет № 316 с раздаточными материалами (комплексные методики, методички и т.п.);
7.4	Комплекс статистических пакетов для обработки данных. Компьютерный класс.

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Приложение к программе (*Производственная практика, преддипломная практика*)
практики**

Квалификация выпускника	<hr/> <i>Бакалавр</i> <hr/>
Направление подготовки	<hr/> <i>42.03.01</i> <hr/> <i>Реклама и связи с общественностью</i> <hr/>
Направленность (профиль)	<hr/> <i>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</i> <hr/>
Форма обучения	<hr/> <i>Очная</i> <hr/>
Выпускающая кафедра	<hr/> <i>Психологии</i> <hr/>

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения дисциплины

Компетенция ПК-2.1.

Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		
Знает	Умеет	Владет
основные особенности и круг профессиональных обязанностей копирайтера; методики анализа знаковых систем рекламных сообщений, приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов; литературные приемы используемые при создании слоганов; основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность процессы формирования и развития социальных институтов, их социальные роли и функции;	классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, ориентироваться в семиотической природе рекламы, моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий -ориентироваться в научной литературе, посвященной вопросам современной рекламы, знать основные сайты информационных баз в сети Интернет	основами речи, ее видами, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения; базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга; стилистическими приемами

Компетенция ПК-2.2.

Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Знает	Умеет	Владеет
способы создания инфоповодов	применять технологии создания инфоповодов на основе использования актуальных трендов и аналитики новостей	навыком оперативного создания инфоповодов с учетом интересов целевых аудиторий

Компетенция ПК-3.2.

Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта		
Знает	Умеет	Владеет
основные методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	планировать разработку маркетинговых исследований для реализации коммуникационных продуктов	навыками участия в разработке маркетинговых исследований для реализации коммуникационного продукта

Компетенция ПК-3.3.

Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами		
Знает	Умеет	Владеет
основные методы мониторинга обратной связи с разными целевыми аудиториями	планировать и вести мониторинг обратной связи с различными целевыми аудиториями	навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми аудиториями

Компетенция ПК-4.2.

При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде		
Знает	Умеет	Владеет
основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

Компетенция ПК-5.2.

При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности		
Знает	Умеет	Владеет
базовые принципы осуществления коммуникационных кампаний по созданию коммуникационного продукта в сфере корпоративной социальной ответственности	ориентироваться в условиях и методах осуществления коммуникационных кампаний по обеспечению открытости компании и реализации корпоративной социальной ответственности	способностью осуществлять коммуникационные кампании по соблюдению открытости и корпоративной социальной ответственности компании

Компетенция ПК-6.2.

Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала		
Знает	Умеет	Владеет

специфику и классификацию информационных продуктов, форматов и каналов массмедиа, социальных медиа.	Создавать и разрабатывать концепцию канала коммуникации, формат программы, продукта данного канала коммуникации	Навыками контроля за планированием, ходом реализации, соответствием формата, анализом эффективности использования данного продукта в рамках медиаконцепции выбранного канала
---	---	--

Компетенция ПК-7.1.

Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью		
Знает	Умеет	Владеет
основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью	решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности	современными основными типовыми алгоритмами коммуникаций для подготовки, планирования и реализации проектов и их продвижения

Компетенция ПК-7.2.

Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью		
Знает	Умеет	Владеет
основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании и продвижении рекламного продукта.

Компетенция ПК-7.3.

Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта		
Знает	Умеет	Владеет
место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации; основные направления деятельности пресс-службы, пиар-специалиста, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы и менеджера по рекламе и связям с общественностью	выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний	базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR-деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; теоретическими инструментами о способе творческой деятельности журналиста; специфику организаторской работы журналиста и PR-специалиста, профессиональные способы, необходимые для ее осуществления

Компетенция ПК-8.1.

Использовать цифровые технологии и инструменты работы с информацией с целью удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей		
Знает	Умеет	Владеет

цифровые технологии и инструменты работы с информацией с целью удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей	планировать применение цифровых технологий и инструментов; использовать современные технические средства, проводить аналитику новостей, тем, материалов, сайтов, социальных сетей при удовлетворении личных, образовательных и профессиональных потребностей	навыками применения цифровых технологий и инструментов использования интернет-среды и базовые офисные приложения (презентации, схемы, таблицы); навыками руководства разработкой и внедрением единой политики использования соцсетей в соответствии с общей коммуникационной стратегией организации, образовательных и личных интересов
---	--	---

Компетенция ПК-8.2.

Способен ставить задачи и разрабатывать алгоритмы решения с использованием инструментов программирования		
Знает	Умеет	Владеет
логику и алгоритмы инструментов программирования	способен ставить задачи и разрабатывать алгоритмы решения с использованием инструментов программирования	навыками постановки задач и разработки алгоритмов их решения с использованием инструментов программирования

Компетенция ПК-8.3.

Способен использовать математические методы решения профессиональных задач и разработки новых подходов		
Знает	Умеет	Владеет

математические методы решения профессиональных задач и разработки новых подходов	планировать, разрабатывать и ставить профессиональные задачи и предлагать новые подходы к их решению	навыками использования математических методов решения профессиональных задач и разработки новых подходов
--	--	--

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета с оценкой: «зачтено» и «не зачтено».

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«зачтено» – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет. В отзыве представителя базового учреждения отсутствуют замечания в адрес практиканта. Студент принял участие во всех предусмотренных научно-исследовательской практикой мероприятиях.

«не зачтено» – студент не выполнил программу практики либо выполнил только часть задания, не подготовил отчет, не подготовил доклад к итоговой конференции, не принял участие в итоговой конференции.

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

Оценочные средства должны позволять достоверно оценивать сформированность компетенций как целостного новообразования – комплекса способностей, используемых для достижения социальных или профессиональных целей, отражающих результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.

Контроль уровней сформированности компетенции осуществляется с позиций оценивания составляющих ее частей по трехкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

При этом под указанными категориями понимается:

«знать» – воспроизводить и объяснять освоенный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;

«уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;

«владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, в нетипичных ситуациях.

Оценка сформированных компетенций должна осуществляться в процессе наблюдения за выполнением программы практики, подготовкой, выполнением и защитой отчета, в полной мере раскрывающих особенности профессиональной деятельности обучающегося. При этом оцениваются правильность выполнения подготовительных и основных работ, промежуточные и конечные результаты. Оценивание компетенций проводится на основе оценки знаний, умений, навыков, опыта деятельности их формирующих. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности в полной мере находят свое отражение в материалах, собранных в процессе прохождения практики, решении задач практики, качестве выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержании доклада на его защите и ответах на вопросы.

Показатели оценивания компетенций, приобретаемых в результате прохождения практики, формируются из:

- показателей оценивания отчета;
- показателей защиты отчета;
- отзыва руководителя практики.

Показатели оценивания отчета по практике:

- уровень освоения учебного материала;
- уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- уровень обоснованности и четкости изложения материала;
- уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта, полнота представленного материала;
- уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
- уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее;
- востребованность результатов практики на предприятии.

Обучающиеся оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике. Отчетные документы по практике включают:

- типовой дневник о прохождении практики;
- типовой титульный лист;
- отчет о прохождении практики;
- иные необходимые документы, поясняющего или уточняющего характера.

Решение о соответствии сформированности компетенции обучающегося требованиям ФГОС и образовательной программы принимается руководителем практики от института на основании оценки каждого из показателей (формализованного описания оцениваемых параметров процесса или результата деятельности).

Уровни сформированности компетенций:

- 3 балла – высокий уровень сформированности;
- 2 балла – хороший уровень сформированности;
- 1 балл – частично сформированы;
- 0 баллов – не сформированы.

Критерии оценивания отчета

Показатели оценивания	Оценивание отчета	Оценивание защиты отчета
уровень освоения учебного материала	0-3	-
уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач	0-3	-
уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике	0-3	-
уровень обоснованности и четкости изложения материала	0-3	0-3
уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта	0-3	-
уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное	0-3	0-3
уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия	0-3	0-3

уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий	0-3	0-3
уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее	0-3	0-3
Востребованность результатов практики на предприятии	0 или 3	-

Отзыв руководителя от предприятия учитывается в соответствие с выставленной оценкой по четырех-балльной системе следующим образом:

- оценка «отлично» - 3 балла;
- оценка «хорошо» - 2 балла;
- оценка «удовлетворительно» - 1 балл;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 баллов.