

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Д. Ю. Баланев

Оценочные материалы по практике

Практика получения первичных профессиональных навыков.

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:

Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения

Очная

Квалификация

Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Гужова

Председатель УМК

М.А. Подойницина

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

БК-1 Способен применять общие и специализированные компьютерные программы при решении задач профессиональной деятельности

БК-2 Способен использовать этические принципы в профессиональной деятельности

БК-3 Способен использовать принципы и средства профессиональной коммуникации для эффективного взаимодействия

ПК-1 Способен управлять информационными ресурсами организации, в том числе при реализации ее коммуникационных проектов, создавать и продвигать контент с использованием цифровых и сетевых технологий

ПК-3 Способен разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет

ПК-4 Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения

Результаты освоения дисциплины:

РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ

РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности

РОБК-1.1 Знает правила и принципы применения общих и специализированных компьютерных программ для решения задач профессиональной деятельности

РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности

РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации

РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в интернет

РОПК-4.1 Знает принципы, этапы и современные способы управления реализацией стратегии интернет-продвижения

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Текущий контроль проводится регулярно на занятиях с целью получения оперативной

информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

Элементы текущего контроля:

- заполнение дневника практики;
- отчет по практике (по этапам).

Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

№	Этапы формирования компетенций (разделы)	Результаты освоения практики	Вид оценочного средства
1	Организационный	РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации	Дневник практики
2	Подготовительный этап	РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания вотсребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов РОБК-1.1 Знает правила и принципы применения общих и специализированных компьютерных программ для решения задач профессиональной деятельности РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации	Дневник практики
3	Основной этап	РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания вотсребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и	Дневник практики.

		<p>ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p> <p>РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности</p> <p>РОБК-1.1 Знает правила и принципы применения общих и специализированных компьютерных программ для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности</p> <p>РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации</p> <p>РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий</p> <p>РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в интернет</p> <p>РОПК-4.1 Знает принципы, этапы и современные способы управления реализацией стратегии интернет-продвижения</p>	
4	Завершающий этап	<p>РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p>	Отчет по практике
5	Промежуточная аттестация	<p>РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и</p>	Устная защита результатов практики. Отчет

	<p>(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>РООПК-3.2 Умеет использовать художественно-образные системы различных видов искусств, интертекстуальные и ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с использованием специализированных компьютерных программ</p> <p>РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности</p> <p>РОБК-1.1 Знает правила и принципы применения общих и специализированных компьютерных программ для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности</p> <p>РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации</p> <p>РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий</p> <p>РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в инернет</p> <p>РОПК-4.1 Знает принципы, этапы и современные способы управления реализацией стратегии интернет-продвижения</p>	
--	---	--

Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
<u>Контактная работа:</u> заполнение дневника практики, составление отчета по практике, устная защита результатов	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)

практики с электронной презентацией				
<u>Самостоятельная работа:</u> заполнение дневника практики, составление отчета по практике, подготовка к устной защите результатов практики, включая работу над электронной презентацией	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Оценочные материалы разрабатывает и подготавливает руководитель практики, назначаемый приказом ТГУ за подписью начальника учебного управления НИ ТГУ.

Оценочные материалы разрабатывается ежегодно, учитывая изменение содержательной части дисциплин, реализуемых на площадке сетевого партнера – «Образовательной онлайн-платформы **Skillbox**».

В заданиях и оценочных материалах практики должны быть отражены основные темы таких учебных дисциплин:

Контент-мейкинг

Копирайтинг

Дизайн визуального контента: практикум

Нейросети. Практический курс

SMM-стратегия

Таргетинг

Комьюнити-менеджмент

Задания на практику должны быть актуальными, практико-ориентированными, отражающими современные тенденции профессиональной сферы.

Пример задания:

Название проекта: "Комплексная SMM-кампания для продвижения [выберите нишу/продукт]"

Цель проекта: Разработать и реализовать комплексную SMM-кампанию для продвижения выбранного продукта или ниши, применяя профессиональные знания и навыки.

Этапы проекта:

Этап 1: Исследование и планирование (1 неделя)

•Выбор ниши/продукта:

Команда выбирает конкретную нишу или продукт для продвижения.

Проводится анализ рынка, целевой аудитории и конкурентов.

Формулируются SMART-цели проекта (например, увеличение подписчиков на 15%, повышение вовлеченности на 10%, достижение определенного количества лидов).

- Разработка SMM-стратегии:
 Определение платформ для продвижения (VK, ТГ и т.д.) и их обоснование.
 Определение tone of voice бренда и его позиционирования в социальных сетях.
 Составление контент-плана на 4 недели (тематика, форматы контента, частота публикаций).
 Разработка бюджета на таргетированную рекламу (если необходимо).
 Создание плана комьюнити-менеджмента (как вовлекать и взаимодействовать с аудиторией).
- Анализ конкурентов:
 Исследование стратегий контент-маркетинга и таргетинга конкурентов.
 Анализ используемых форматов контента, тональности коммуникаций и реакций аудитории.

Этап 2: Создание контента (1 неделя)

- Контент-мейкинг:
 Разработка контента в соответствии с контент-планом.
 Использование различных форматов (фото, видео, карусели, reels, stories, прямые эфиры и т.д.).
 Создание уникального и вовлекающего контента, соответствующего tone of voice бренда.
- Копирайтинг:
 Написание текстов для постов, сторис и рекламных объявлений.
 Использование различных техник копирайтинга для привлечения внимания и мотивации к действию.
 Оптимизация текстов для SEO и поисковых алгоритмов социальных сетей.
- Дизайн визуального контента:
 Создание графического оформления для публикаций (шаблоны, макеты, логотипы и т.д.).
 Оформление stories, reels и других интерактивных форматов.
 Использование элементов фирменного стиля и цветовой палитры бренда.
- Использование нейросетей:
 Применение нейросетей для генерации идей контента, оптимизации изображений, написания текстов (где это уместно).
 Экспериментирование с различными нейросетями для решения различных задач.

Этап 3: Реализация и продвижение (1,5 недели)

- SMM-стратегия:
 Публикация контента в соответствии с контент-планом.
 Анализ показателей вовлеченности и корректировка контент-плана при необходимости.
 Использование хэштегов и других инструментов продвижения.
- Таргетинг:
 Настройка таргетированной рекламы на выбранных платформах.
 Определение целевых аудиторий и их сегментирование.
 Анализ эффективности рекламных кампаний и их оптимизация.
- Комьюнити-менеджмент:
 Активное взаимодействие с аудиторией в комментариях и личных сообщениях.
 Модерация контента и управление обратной связью.
 Организация конкурсов, опросов и других интерактивных мероприятий для вовлечения.

Этап 4: Анализ и отчетность (1 неделя)

- Сбор и анализ данных:
 Анализ ключевых показателей эффективности (KPI) кампании.
 Оценка достижения поставленных целей.
 Использование инструментов аналитики социальных сетей.

- Подготовка отчета:
Описание проведенной работы и достигнутых результатов.
Анализ ошибок и успехов, выводы и рекомендации на будущее.
Презентация результатов проекта.

Критерии оценки:

- Полнота и качество проведенного исследования и анализа.
- Соответствие SMM-стратегии выбранной нише и целевой аудитории.
- Креативность и качество созданного контента.
- Эффективность использования инструментов продвижения и таргетинга.
- Активность и качество комьюнити-менеджмента.
- Анализ результатов и обоснованные выводы.
- Качество оформления и презентации проекта.

Ожидаемые результаты:

- Практическое применение знаний и навыков из всех дисциплин.
- Создание эффективной SMM-кампании, способной привлечь и вовлечь аудиторию.
- Развитие навыков работы в команде и управления проектами.
- Формирование портфолио с реальными кейсами.

Результаты определяются оценками «зачтено», «не зачтено».

Критерии оценивания:

Дневник практики, Отчет по практике (все этапы) – критерии оценивания: выполнен в срок или с задержкой (см. Приложение).

Защита содержательного блока Отчета по практике в устной форме с электронной презентацией.

Критерии оценивания устной защиты результатов практики:

1. Соответствие поставленным целям и задачам.
2. Конгруэнтность выбранных методов и средств достижения конечного результата
3. Структура и логика изложения
4. Аргументация, язык и стиль
5. Актуальность и практическая значимость
6. Глубина погружения в материал
7. Наличие критического мышления и осмысления
8. Взаимодействие с аудиторией
9. Ответы на вопросы
10. Оформление письменной работы по требованиям, включая список литературы

Общие критерии оценки устной защиты итоговой работы и критерии оценивания результатов обучения:

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Материал проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные

выводы, рекомендации и предложения. Отчет выполнен по форме и предоставлен в срок; знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Кейс проанализирован на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием. Отчет выполнен по форме, но с погрешностями и предоставлен в срок.

Заполнены все документы практики: индивидуальное задание, рабочий график (план) проведения практики выполнены, отчет оформлен и защищен, студент получил положительные отзывы от руководителя и руководителя практики от организации о своей деятельности на практике; заполнены все документы практики: индивидуальное задание, рабочий график (план) проведения практики выполнены, отчет оформлен и защищен, студент получил некомплементарный или не подписанный в срок отзыв руководителя практики от организации о своей деятельности на практике, но получил положительный отзыв руководителя практики от ТГУ.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Материал проанализирован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. Отчет выполнен не по форме и/или не предоставлен в срок.

Индивидуальное задание, рабочий график (план) проведения практики не выполнены, отчет выполнен не по форме, не выполнен или не предоставлен в срок.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Найти ошибки в кейсе.

Кейс: Продвижение нового фитнес-приложения "ShapeUp"

Компания: Startup "FitTech Solutions"

Продукт: Мобильное фитнес-приложение "ShapeUp", предлагающее индивидуальные тренировки, планы питания и отслеживание прогресса.

Цель: Привлечь новых пользователей к приложению и повысить узнаваемость бренда.

Стратегия:

- 1. Платформы: Акцент на VK Клипы, считая, что это самые популярные платформы среди целевой аудитории (молодежь, заинтересованная в фитнесе). **(Ошибка 1: Игнорирование других платформ. Анализ целевой аудитории мог выявить, что часть потенциальных пользователей также активны в Telegram).**

2. Контент:

Публикация ярких фотографий с моделями, демонстрирующими идеальные тела, а также мотивационные цитаты и видеоролики с упражнениями. **(Ошибка 2: Создание нереалистичных стандартов. Слишком идеализированный контент может оттолкнуть потенциальных пользователей, которые не соответствуют "идеалу").**

VK Клипы: Видео с трендовыми танцами и упражнениями под популярную музыку. Планируется проведение прямых эфиров с фитнес-тренерами.

3. Таргетинг: Настройка таргетированной рекламы в VK Клипы на пользователей 18-35 лет, интересующихся спортом, фитнесом и здоровым образом жизни. **(Ошибка 3: Слишком широкий таргетинг. Не было сегментирования аудитории по уровню подготовки, целям и т.д., что снизило эффективность рекламы).**

4. Коммуникация:

Ответы на комментарии пользователей, но не всегда своевременно. **(Ошибка 4: Недостаточная обратная связь. Задержка в ответах на вопросы и комментарии снижает вовлеченность и лояльность).**

Проведение конкурсов и розыгрышей для привлечения внимания.

5. Аналитика: Отслеживание количества подписчиков и лайков, но без анализа более глубоких метрик вовлеченности и конверсии. **(Ошибка 5: Игнорирование важной аналитики. Недостаточное внимание к анализу вовлеченности, кликабельности и конверсии, что не позволяет оптимизировать стратегию).**

Результаты:

- За месяц количество подписчиков в VK Клипы - на 5%.
- Общее количество скачиваний приложения незначительно.
- Уровень вовлеченности аудитории не высок.

Анализ ошибок:

1. Игнорирование других платформ: упор только на VK Клипы может упустить часть целевой аудитории, которая может быть активна в других социальных сетях.
2. Создание нереалистичных стандартов: использование слишком идеализированных изображений может оттолкнуть обычных людей, которые хотят заниматься фитнесом для здоровья, а не для достижения нереалистичных "идеалов".
3. Слишком широкий таргетинг: не сегментирование аудитории по уровню подготовки, целям, интересам может привести к показу рекламы тем, кому она не нужна, что снижает эффективность таргетинга.
4. Недостаточная обратная связь: задержка в ответах на комментарии и вопросы может создать впечатление безразличия к аудитории и снизить ее вовлеченность.
5. Игнорирование важной аналитики: отслеживание только поверхностных показателей не позволяет понять, что работает хорошо, а что нет. Необходим анализ более глубоких метрик, таких как вовлеченность, конверсия, кликабельность, чтобы оптимизировать стратегию.

Выводы:

- Необходимо проводить более тщательный анализ целевой аудитории и выбирать соответствующие платформы.
- Нужно создавать реалистичный и разнообразный контент, который будет мотивировать, а не демотивировать.
- Необходима более точная настройка таргетинга для охвата нужной аудитории.
- Важно оперативно отвечать на запросы и комментарии пользователей, чтобы создать лояльное сообщество.
- Необходимо анализировать более глубокие метрики и использовать их для оптимизации стратегии продвижения.

Критерии оценивания результатов

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Тест	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Количество верных ответов	2 и менее	3 из 5	4 из 5	5 из 5

Информация о разработчиках

Карнаухова Н.А., ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Учебное структурное подразделение: кафедра социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

Студент:

(ФИО полностью)

Курс:

Направление подготовки:

Наименование ООП/ОПОП:

Вид практики: производственная

Тип практики: **Практика получения первичных профессиональных навыков**

Способ проведения практики: стационарная

Место практики:

Срок практики с «_» _____ 20__ г. по «_» _____ 20__ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, СОДЕРЖАНИЕ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ**

**Бланк индивидуального задания студента по производственной практике
«Практика получения первичных профессиональных навыков»**

ФИО студента: № группы: _____ ФИО руководителя от ТГУ:	
	Индивидуальное задание по практике
1.	
2.	Виды деятельности: 1. 2. 3. ...
3.	
4.	Составить отчет по итогам прохождения практики.
5.	Устно защитить результаты практики.

ФИО руководителя практики от ТГУ
Подпись: _____

Приложение 2

Отчет о прохождении практики

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ОТЧЕТ

о прохождении практики

«Производственная практика: Практика получения первичных профессиональных навыков»

Сроки практики:

с «_» _____ 20__ г. по «_» _____ 20__ г.

Студент гр. № _____
ФИО _____

Место прохождения практики:

Дата защиты:
__.__.20__ г.

Руководитель практики:

Томск, 20__ г.

Я, _____, студент
(студентка) группы № _____
в период с «_» _____ 20__ г. по «_» _____ 20__ г. проходил(а) «Производственную
практику: **Практика получения первичных профессиональных навыков**» в

За время практики я (проанализировал(а) ... , выполнила, реализовала...)

Результатом «Производственной практики: **Практика получения первичных профессиональных навыков**» является Отчет с приложением.

Дата: __.__.20__ г.

Подпись студента: _____

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Учебное структурное подразделение: кафедра социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

Студент:

(ФИО полностью)

Курс: 4

Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Наименование ООП/ОПОП:

Вид практики: производственная

Тип практики: **Практика получения первичных профессиональных навыков**

Способ проведения практики: стационарная

Место практики: _____

Срок практики с «_» _____ 20__ г. по «_» _____ 20__ г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по подготовке и заполнению документов на практику

Для организации проведения практики формируется следующий комплект документов: направление на практику, договор, приказ на практику, дневник практики и отчет. Образцы документов, необходимых для организации практики, а также рекомендации по их заполнению доступны для скачивания на сайте отдела практик и трудоустройства: www.cstv.tsu.ru в разделе «Практика».

Направление на практику. Формируется в деканате по запросу профильной организации.

Приказ на практику. Приказ о направлении обучающихся на практику формируется сотрудниками деканата, согласовывается и подписывается уполномоченными должностными лицами.

Дневник. Является основным документом, фиксирующим выполнение индивидуального задания при прохождении практики и подтверждающим факт прохождения практики. Основные этапы заполнения дневника:

1. На основании приказа на практику назначается руководитель практики от НИ ТГУ, заполняются соответствующие поля раздела I.

2. Руководитель практики проводит инструктаж по технике безопасности, заполняется подраздел 1 раздела II.

3. Руководитель практики от ТГУ формулирует задание на практику (в случае прохождения практики в профильной организации по согласованию с принимающей стороной) (раздел III).

4. По прибытии на место прохождения практики:

– руководством профильной организации назначается руководитель практики, заполняется раздел I;

– проводится инструктаж на рабочем месте, заполняется раздел II;

– согласно программе практики заполняется раздел IV и заверяется руководителями практики;

– по окончании практики обучающийся заполняет раздел V;

– руководитель практики от профильной организации заполняет раздел VI.

5. По итогам рассмотрения отчета по практике в структурном подразделении уполномоченным представителем (например, заведующим кафедрой, деканом факультета, директором института, руководителем образовательной программы) выставляется итоговая оценка, заполняется раздел VII.

Замечание. В случае прохождения практики в ТГУ, п. 2 раздела II, раздел VII, подписи руководителя практики от профильной организации в разделах III и IV, а также информация о руководителе практики от профильной организации и подпись уполномоченного представителя профильной организации в разделе I не заполняются.

Отчет. Составляется студентом по результатам прохождения практики. Требования к содержанию и оформлению отчета формируются в рабочей программе практики.

I. ИНФОРМАЦИЯ О НАЗНАЧЕНИИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРАКТИКИ

Руководитель практики от НИ ТГУ:

(Ф.И.О, должность, номер и дата приказа о назначении)

Руководитель практики от профильной
организации :

Руководитель структурного
подразделения НИ ТГУ

_____ / _____
(подпись) (ФИО)

II. ИНСТРУКТАЖ

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности и правилами внутреннего трудового распорядка

Инструктаж в ТГУ

Провёл

ответственный от НИ ТГУ

_____ / Малюга М.В.

(подпись)

(Ф.И.О)

Ознакомлен

Студент группы _____

_____ / _____

(подпись)

(Ф.И.О)

Инструктаж в профильной
организации

Провёл _____

_____ / _____

(подпись)

(Ф.И.О)

Ознакомлен

Студент группы _____

_____ / _____

(подпись)

(Ф.И.О)

**III. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, СОДЕРЖАНИЕ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ**

Бланк индивидуального задания студента по «Практике получения первичных профессиональных навыков»

ФИО студента: № группы: _____ ФИО руководителя:	
	Индивидуальное задание _____
1.	
2.	Виды деятельности: 1. 2. 3. ...
3.	
4.	Составить отчет по итогам прохождения практики.
5.	Устно защитить результаты практики.

ФИО руководителя практики:

Подпись: _____

IV. РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Дата/ Календарное распределение	Раздел практики	Краткое содержание выполненных работ	Статус выполнения (в срок / с задержкой / не выполнено)
	Подготовительный этап		
	Основной этап		
	Завершающий этап		

Руководитель практики: _____
(подпись)

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ СТУДЕНТА ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ И ЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В процессе прохождения «Производственной практики: **Практика получения первичных профессиональных навыков**» я , _____...

VIII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ НИ ТГУ

В результате прохождения «Производственной практики: **Практика получения первичных профессиональных навыков**» студентом (студенткой) были...

с учетом осваиваемых компетенций, нашедших свое отражение в соответствующей рабочей программе в рамках реализации учебного процесса по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в НИ ТГУ.

Руководитель практики:
(подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

Методические указания обучающимся по прохождению практики

В установленные учебным планом сроки «Производственная практика: **Практика получения первичных профессиональных навыков**» обучающиеся выполняют требования руководителя практики, посещают все запланированные руководителем практики встречи и мероприятия, оформляют необходимые документы. В первый день практики происходит организационная встреча с обучающимися, где руководитель объясняет суть, содержание и форму отчетности по практике и оформляются документы, связанные с техникой безопасности. Далее в индивидуальном режиме студенты составляют совместно с руководителем практики индивидуальные задания и выполняют их последовательно, в процессе прохождения практики, согласно КУГУ. В заключительные дни практики студенты сдают отчет по практике в электронном и печатном варианте (см. ОМД, Приложение 2), получают оценку руководителя за практику. Электронные варианты отчета по практике студенты загружают в соответствующий ЭУК «Производственная практика: **Практика получения первичных профессиональных навыков**» в элемент «Отчеты». Печатные варианты отчетов подписываются обучающимся, научным руководителем и руководителем практики от НИ ТГУ, хранятся в архиве кафедры социальных коммуникаций согласно нормативным документам НИ ТГУ.