Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 14.11.2023 11:12:16
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

/МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ/

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета Экономики и управления

_____ /А.В. Назаренко/

«30» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Профессионально-творческая практика»

Направление подготовки

42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»**

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2022 г.

Разработчик(и):

Доцент, к.псх.н., доцент каф.РиСОМ  /А.С. Филонова/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама
и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
к.э.н., доцент  /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты прохождении практики 4
2. Место практики в структуре образовательной программы 5
3. Характеристика практики 6
4. Структура и содержание практики 7
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение 11
5.1. Нормативные документы и ГОСТы 11
5.2. Основная литература 11
5.3. Дополнительная литература 12
5.4. Электронные образовательные ресурсы 12
5.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 12
5.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 12
6. Материально-техническое обеспечение 13
7. Методические рекомендации 13
7.1. Методические рекомендации для руководителя по организации практики 13
7.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
8. Фонд оценочных средств 15
8.1. Методы контроля и оценивания результатов прохождения практики 15
8.2. Шкала и критерии оценивания результатов прохождения практики 18
8.3. Оценочные средства 20

1. Цели, задачи и планируемые результаты прохождении практики

К основной **цели** прохождения обучающимися профессионально-творческой практики является формирование у обучающихся расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

К основным **задачам** прохождения обучающимися практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности следует отнести:

- подготовку обучающихся к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- освоение обучающимися профессиональных компетенций по избранной специальности;
- освоение практических должностных обязанностей, предусмотренных направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» для различных государственных, политических, общественных, коммерческих структур.
- ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в организации (учреждении);
- ознакомление с законодательной и нормативной базой деятельности служб (организаций, специалистов) по связям с общественностью и рекламе;
- самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ.

Достижение заявленной цели, через решение поставленных задач, достигается обучающимися в процессе выполнения определенных видов работы в течение года, в процессе распределенной практики.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения «Производственной практики»:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

	ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Планируемые результаты обучения при прохождении практики

В результате прохождения производственной (проектной) практики обучающий:

знает:

- задачи в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение;
- требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям;
- требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

умеет:

- определять связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации;
- разрабатывать и эффективно применять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия;
- использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

владеет:

- способами планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования;
- технологиями осуществления контроля за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- принципами и правилами разработки и реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

2. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная (профессионально-творческая) практика обучающихся является составной частью образовательной программы профилей «Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа» и «Интегрированные бренд-коммуникации» направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и проводится в соответствии с утвержденным учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Практика относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б2 «Практика».

Производственная практика находится в логистической и содержательно-методологической взаимосвязи с другими частями образовательной программы.

Производственная (профессионально-творческая) практика базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин:

- Введение в проектную деятельность;
- Социальная реклама и ее экологические аспекты;
- Основы теории коммуникации;
- Основы рекламы;
- Основы связей с общественностью;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Основы медиалогии;
- Проектная деятельность;
- Управление проектами;
- Теория и практика массовой информации;
- Математические методы в рекламе и связях с общественностью;
- Информационные технологии медиаанализа;
- Искусство презентации рекламных проектов;
- Основы визуальных коммуникаций;
- Учебная (профессионально-ознакомительная) практика;

Полученные при прохождении производственной (профессионально-творческой) практики умения и навыки будут использованы при освоении последующих дисциплин образовательной программы высшего образования, а также при дальнейшем прохождении практик: научно-исследовательской работы и преддипломной. Основные положения практики должны быть использованы в дальнейшем при подготовка к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы

3. Характеристика практики

В соответствии с ФГОС ВО и требованиям к уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», в период обучения по основной программе бакалавриата обучающиеся проходят **производственную** (вид) практику.

Профессионально-творческая практика является одним из **типов** производственной практики, и направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника и формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Способ проведения производственной (профессионально-творческой) практики– стационарный.

Форма проведения практики - концентрированная.

- организации, заключившие договор с ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет» о приеме обучающихся на практику на текущий год;
- кафедра «Рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии» Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского Политеха, расположенная по адресу: 125008, г. Москва, ул. Прянишникова, д.2а.

4. Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы/108 часов (2 недели).

Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – для всех форм обучения

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость практики				Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Самостоятельная работа	Количество недель	
Очная	2	4	216/6	-	216	4 недели	зачет с оценкой
Очно-заочная	2	4	108/3	-	108	2 недели	зачет с оценкой
Очно-заочная	3	6	108/3	-	108	2 недели	зачет с оценкой
Заочная	3	6	216/6	-	216	4 недели	зачет с оценкой

Во время прохождения практики обучающийся должен получить необходимые практические навыки, сформировать конкретные компетенции и достичь планируемых результатов обучения, обозначенных в п.1 данной рабочей программы.

В обязанности кафедры, ответственной за организацию практики, входит организационная работа, методическое руководство практикой, разработка программы практики, назначение руководителей практики из числа профессорско-преподавательского состава, обеспечение обучающихся программами практики, проведение организационного собрания по разъяснению целей, содержания, порядка и контроля прохождения практики.

Условно процесс прохождения практики можно разделить на отдельные этапы с характерным для каждого содержанием:

№	Разделы (этапы) практики	Содержание практики	Результаты	
			Вид отчетности	Индикатор достижения компетенции
1	**<u>Подготовительный (организационный) этап</u>**	Организационная встреча руководителя практики от кафедры с целью определения целей и задач практики, а также получения обучающимися индивидуального задания и подробного инструктажа.	Фиксация задания в отчете по практике.	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-3.3.; ИПК-1.1.; ИПК -1.2.; ИПК -1.3; ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3..
2А	**<u>Коммуникационно-проектный этап</u>** Исследовательский подэтап	Сбор информации, необходимой для выполнения индивидуального задания, определение информационной ниши,	Подготовка отчета по практике	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-3.3.; ИПК-1.1.; ИПК -1.2.;

		проблемно-тематического направления, актуальной для современной медиаиндустрии. Характеристика предприятия. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации и экономических показателей. Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие. Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования). Анализ конкурентной среды (с выявлением прямых и косвенных конкурентов по критериям: ценовой сегмент, ассортимент, целевая аудитория). Проведение SWOTанализа предприятия. Анализ применения маркетинговых коммуникаций предприятия в онлайн и офлайн среде.		ИПК -1.3; ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3..

		Проведение маркетингового исследования (получение первичной информации) для обоснования цели рекламной кампании (мероприятий). В качестве методов проведения маркетингового исследования могут стать количественные (опрос) и качественные (фокус-группа, экспертное интервью).		
2Б	Аналитический подэтап	Анализ собранной информации в рамках выполнения индивидуального задания. Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных рекламных и PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации. Анализ медиа и коммуникационных продуктов предприятия. Проектирование коммуникационного продукта с применением маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Подбор современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Подготовка отчета по практике	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-3.3.; ИПК-1.1.; ИПК -1.2.; ИПК -1.3; ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3..

		рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта Проектирование коммуникационного продукта с учетом особенностей современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникации. Продвижение проекта.		
3	Завершающий этап	Подведение итогов. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике. Обработка и систематизация собранного фактического материала. Подведение итогов исследования, написание и представление аналитического отчета по теме индивидуального задания. Выводы, прогноз и предложения. Презентация отчетных материалов.	Защита отчета по практике	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-3.3.; ИПК-1.1.; ИПК -1.2.; ИПК -1.3; ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3..

На подготовительном этапе предполагается установочная встреча руководителя практики с обучающимися. Обзор всех заданий по практике в соответствии с сформированным заданием. Распределение студентов по рабочим группам (если предполагается работа обучающихся над одним общим индивидуальным заданием). На данном этапе руководитель практики от кафедры знакомит обучающихся с алгоритмом выполнения задания, инструментарием, необходимым при работе над заданием, рекомендуется основная и дополнительная литература. Также с обучающимся обговариваются варианты и возможности консультаций в процессе прохождения практики.

Коммуникационно -проектный этап включает два подэтапа: исследовательский и аналитический.

Исследовательский подэтап: сбор и обработка информационных материалов в соответствии с полученным индивидуальным заданием руководителя практики. Подведение промежуточных итогов практики.

Аналитический подэтап: анализ собранных материалов. Мастер-классы по проблемным блокам (по предложению студентов и по согласованию с руководителем практики) Подведение промежуточных итогов.

Завершающий этап. Подведение промежуточных итогов, проставление промежуточного рейтинга. Анализ представленных материалов, формирование портфолио студента. Мастер-классы по проблемным темам (по предложению студентов и по согласованию с руководителем практики).

Тематика индивидуального задания формулируется для каждого обучающегося преподавателем индивидуально или по группам. Каждая тема подробно обсуждается с обучающимся. В процессе обучения намечается примерный алгоритм работы над задачей.

При выборе темы индивидуального задания преподаватель может ориентироваться на перечень тем, пройденных обучающимся в рамках освоения основных дисциплин учебного плана (Основы рекламы; Основы медиалогии; Введение в проектную деятельность; Проектная деятельность; Управление проектами; Математические методы в рекламе и связях с общественностью; Информационные технологии медиаанализа; Искусство презентации рекламных проектов; Основы визуальных коммуникаций). Также выбор индивидуального задания может быть определен запросами брифодателей – представителей рекламной и пиар – отрасли.

Тематически содержание индивидуального задания для обучающихся должно ориентироваться на следующие вопросы:

Развитие рекламы и связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. Тенденции развития современного рекламного и PR рынков. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Факторы и обстоятельства, оказывающие влияние на квалифицированное выполнение задач рекламы и PR. Требования к PR-специалистам и рекламистам. Функции специалиста по связям с общественностью. Классификация услуг. Цели и функции рекламы. Ее роль в системе маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламы. Структура рекламной деятельности. Создание рекламы. Контент и дизайн. Основные элементы рекламных средств. Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций. Информационная, управленческая, регулятивная и другие функции ПР. Анализ рекламного и PR рынков России (региона, города). Развитие Интернет-рекламы в России и т.д.

Основы рекламного менеджмента. Коммуникационные цели. Тактика планирования и проведения рекламной кампании. Медиапланирование. Управление информацией и конструирование новости. PR-текст и его особенности. Содержание связей с общественностью в различных сферах деятельности. Специфика PR в бизнесе, коммерции, политике, общественных организациях. Взаимодействие со средствами массовой информации. Правовые и этические аспекты. Подготовка и проведение мероприятий для журналистов. Основные методы и формы работы по созданию и продвижению имиджа. Выставки, ярмарки, презентации, спонсорство, благотворительность и т.д.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение

5.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс - https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения: 17.08.2022).

2. "КонсультантПлюс" - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты - https://www.consultant.ru/(дата обращения: 17.08.2022).

3. ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика.- https://www.garant.ru/ (дата обращения: 17.08.2022).

5.2 Основная литература

1. Основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие для вузов / М. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509469 (дата обращения: 01.08. 2022)

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488737 (дата обращения: 01.08. 2022).

3. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02890-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492350 (дата обращения: 13.08.2022).

5.3 Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489018(дата обращения: 13.08.2022).

5.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс не предусмотрен.

5.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Отчет по практике рекомендуется формировать с использованием текстового процессора Microsoft Word и табличного процессора Microsoft Excel.

5.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. https://urait.ru/?
2. Brand Analytics - система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ https://br-analytics.ru/
3. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.corpmedia.ru/
4. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/node/5025
5. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.e-xecutive.ru
6. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: https://openedu.ru/course/
7. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ramu.ru/ramu-program.php
8. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pr-club.com/

9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pressservice.ru/terms/141/

10. Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru

11. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/ 1

12. Survio интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.survio.com/ru/

13. Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.testograf.ru/ru/

14. PSYCHOJOURNAL.RU — научно-популярный психологический портал https://psychojournal.ru/

6. Материально-техническое обеспечение

Кафедра «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» №1239, 1240 (место защиты отчета). Рабочие места преподавателей (столы с тумбочками, стулья), персональные компьютеры для подготовки учебно-методических материалов, лазерный принтер, шкафы с учебно-методическими материалами и документацией по дисциплинам кафедры. 127550, г. Москва, ул. Прянишникова, д.2А.

7. Методические рекомендации

7.1 Методические рекомендации для руководителя по организации практики

Руководитель производственной (профессионально-творческой) практикой назначается кафедрой.

Руководитель практики от кафедры должен:

На подготовительном этапе:

- организовать общее собрание обучающихся с целью ознакомления их с основными организационными вопросами;
- обеспечить студентов программами практики, индивидуальными заданиями, методической документацией по практике;
- проинформировать студентов о целях, задачах и сроках практики;
- ознакомить студентов с их правами и обязанностями в период прохождения практики;
- ознакомить с информацией о порядке оформления, сроках представления отчетных документов, и прохождении промежуточной аттестации по итогам прохождения практики;
-ознакомить обучающихся (провести инструктаж) по охране труда и соблюдению техники безопасности в местах прохождения практики;
- посетить предприятия, заключившие договоры о практической подготовке (при необходимости),
- контактировать с руководителем практики от предприятия с целью корректировки рабочей программы практики и индивидуальных заданий студентов-практикантов с учетом специфики организации (при необходимости);
- согласовывать индивидуальное задание, время, тематику и объем работы студента в период прохождения практики;

На коммуникационно -проектном этапе руководитель практики от кафедры вуза должен:

- курировать процесс прохождения практики;
- осуществлять постоянный контроль за прохождением практики;
- контролировать ход подготовки и выполнение индивидуальных заданий.

На заключительном этапе:

- проверить и принять практику;

- оценить сформированность компетенций у студента;
- оценить уровень подготовленности студента бакалавра.

Руководитель практики должен при оценивании результатов прохождения практики четко обозначить обучающимся основные критерии оценки, а также сроки начала и окончания практики, с выделением сроков текущего контроля в семестре.

В период проведения практики (3-4 неделя практики) руководитель практики вправе провести текущий контроль по результатам проведения исследовательской части. Текущий контроль проводится в формате ознакомления с результатами исследовательско-аналитической части (SWOT, PEST, конкурентный, репутационный и др. виды анализа, которые обучающиеся выбрали в ходе изучения текущего положения организации/бренда на рынке и т.д.). Примерные вопросы и результаты оценивания представлены в п.8.3.

При оценивании результатов прохождения практики обучающимися, руководитель должен ориентироваться на шкалу и критерии, представленные в п.8.2. данной рабочей программы.

7.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (прохождению практики)

Прохождение практики обучающимися и порядок оформления необходимой документации регламентируется основными документами представленными на сайте https://mospolytech.ru/obuchauschimsya/praktika, а также Приказом № 1121 ОД от 22.11.2021 Об утверждения положения о порядке проведения практики

До начала практики студент должен:

– присутствовать на организационном собрании по практике;

– пройти инструктаж на собрании с руководитель практики от кафедры;

– получить индивидуальное задание на практику;

- ознакомиться с основными положениями по технике безопасности и охране труда;

– своевременно приступить к выполнению задания в рамках прохождения практики ..

В период практики студент должен:

– ознакомиться с содержанием деятельности организации, её ролью и местом в коммуникационной сфере;

– изучить нормативную документацию, регламентирующую деятельность организации;

– осуществить сбор и анализ необходимого для выполнения задания на практику материала о деятельности организации;

– подготовить отчет о практике в соответствии с требованиями к его оформлению (см. Приложение 1)

По окончании практики студент должен:

– сдать дневник и отчет на проверку руководителю практики от кафедры;

- подготовить презентацию (при необходимости) и участвовать в защите отчета по практике.

При прохождении практики студент имеет право:

– получать информацию, необходимую для выполнения задания на практику;

– пользоваться библиотечными ресурсами образовательной организации;

- получать необходимую информацию о деятельности компании от ее представителей (по согласованию);

– получать компетентную консультацию руководителей и специалистов организации по вопросам, предусмотренным заданием на практику.

В период практики студент обязан:

– полностью и самостоятельно выполнять задания, предусмотренные программой и календарным планом практики;

– осуществить сбор, систематизацию, обработку и анализ информации об организации, предусмотренной заданием на практику;

– регулярно вести записи в отчетной документации практики о выполняемой работе;

– подчиняться действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка, строго соблюдать правила охраны труда;

– по окончании практики представить руководителю практики отчет о практике и в установленные сроки его защитить.

Формой отчетности по производственной практике является отчет обучающегося о прохождении практики, составляемый в соответствии с требованиями, представленными в настоящей программы. Отчет подписывается руководителем практики и может быть представлен к защите.

Защита практики осуществляется в виде краткого (5-7 минут) доклада и ответов на вопросы руководителя практики. В ряде случаев доклад может сопровождаться подготовленной презентацией, в которой будут отражаться/визуализироваться ключевые моменты проведенной работы. Наличие презентации, как требование, озвучивается руководителем практики.

Образец оформления титульного листа отчета о прохождении практики, а также требования к его оформлению приведены в Приложении 1 данной рабочей программы.

8. Фонд оценочных средств

8.1 Методы контроля и оценивания результатов прохождения практики

Формы и методы контроля и оценки результатов производственной практики должны позволять проверять у обучающихся, как сформированность профессиональных компетенций, так и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений. Оценку результатов производственной практики следует проводить путем:

- наблюдения и оценки за формированием практических профессиональных умений и приобретения первоначального практического опыта при освоении УК и ПК;
- оценки оформления учетно-отчетной документации по отчетным формам установленного образца;
- оценки выполнения конкретных индивидуальных заданий;
- оценки оформления отчета по практике.

Контроль успеваемости по практике осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

Текущий контроль успеваемости осуществляется с помощью следующих оценочных средств: • индивидуальное задание с планом-графиком в соответствии с утвержденным учебным планом; • собеседование.

Промежуточный контроль –зачет с оценкой. Шкалы и критерии оценивания представлены в п.8.2.

В п.8.3.1. и 8.3.2. представлено подробное описание оценочных средств.

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**	**Форма контроля**	**Этапы формирования (разделы практики**
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели	Выполнение индивидуального задания. Подготовка, написание отчета.	1-3

оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-3 Способен осуществлять исследования в целях разработки и реализации проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования	Промежуточный контроль: зачет с оценкой	
	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных	Выполнение индивидуального задания. Подготовка, написание отчета. Промежуточный контроль: зачет с оценкой	1-3

	кампаний, проектов и мероприятий		
	ИПК-3.1. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-3.3. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Выполнение индивидуального задания. Подготовка, написание отчета. Промежуточный контроль: зачет с оценкой	1-3
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации	Выполнение индивидуального задания. Подготовка, написание отчета. Промежуточный контроль: зачет с оценкой	1-3

	ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования		

8.2 Шкала и критерии оценивания результатов прохождения практики

Критерии оценки защиты отчета по производственной (профессионально-творческой) практике (формирование компетенций: УК-3, индикаторы: ИУК-3.1.., ИУК-3.2. , ИУК-3.3.; компетенции ПК-1, индикаторы: ИПК-1.1.; ИПК -1.2.; ИПК -1.3; компетенции ПК-3, индикаторы: ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3.).

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания и навыки исследовательской работы, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы. Обучающийся подготовил презентацию высокого уровня и свободно презентует ее. Отчет оформлен в соответствии с установленными требованиями.

Обучающийся:

- на высоком уровне способен разрабатывать и эффективно применять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия;
- на высоком уровне умеет формулировать требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям;
- на высоком уровне осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

«4» (хорошо): обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания и навыки исследовательской работы, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем. Обучающийся подготовил презентацию среднего уровня и свободно презентует ее. Отчет в целом оформлен в соответствии с установленными требованиями.

Обучающийся:

- на среднем уровне способен разрабатывать и эффективно применять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия;
- на среднем уровне умеет формулировать требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям;
- на среднем уровне осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания и навыки исследовательской работы, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем. Презентация и ее представление низкого качества. При оформлении отчета отмечены нарушения установленных требований.

Обучающийся:

- на удовлетворительном уровне способен разрабатывать и эффективно применять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия;
- на удовлетворительном уровне умеет формулировать требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям;
- на удовлетворительном уровне осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ и навыков исследовательской работы, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы. Презентация низкого качества или отсутствует вовсе. При оформлении отчета отмечены нарушения установленных требований.

Обучающийся:

- не способен разрабатывать и эффективно применять коммуникационные кампании, проекты и мероприятия;
- не умеет формулировать требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям;
- не осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по практике:

Уровень сформированности компетенции	**Оценка**	**Пояснение**
Высокий	«5»	практические навыки освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4»	практические навыки освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-тельный	«3»	практические навыки освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2»	практические навыки не освоены;

		большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

8.3 Оценочные средства

Контроль успеваемости по практике осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

8.3.1 Текущий контроль

(формирование компетенций: УК-3, индикаторы: ИУК-3.1.., ИУК-3.2. , ИУК-3.3.; компетенции ПК-1, индикаторы: ИПК-1.1.; ИПК -1.2.; ИПК -1.3; компетенции ПК-3, индикаторы: ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3.).

Текущий контроль успеваемости осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

• индивидуальное задание с планом-графиком в соответствии с утвержденным учебным планом;

• собеседование.

Собеседование – индивидуальная форма контроля в виде беседы руководителя практики с обучающимся по теме практики, рассчитанная на выявление уровня подготовленности и мотивированности студента к проведению работ. Оценочными средствами выступают вопросы для обсуждения, критерии оценки. Собеседование включает в себя вводный инструктаж. В ходе собеседования студент совместно с руководителем практики обсуждает тему задания и разрабатывает программу (планграфик). Темы для обсуждения во время проведения собеседования: • цели и задачи проектов (прикладных исследований); • методы сбора и анализа данных в целях проведения исследования; • освоение отдельных компьютерных программ и информационных систем, используемых в профессиональной деятельности; • исследование и разработка моделей и алгоритмов в соответствии с профилем объекта профессиональной деятельности; • исследование и разработка инструментальных средств по тематике проводимых проектов; • принципы составления научно-технических и аналитических отчетов, презентаций; • работа с периодическими, реферативными и справочными информационными изданиями для составления отчетов по результатам исследований; • проведение исследований в составе коллективов в соответствии с профилем объекта профессиональной деятельности.

Результаты текущего контроля фиксирует руководитель практики. Они необходимы для коррекции «маршрута» практики или консультации в случае возникновения затруднений с выполнением задания по практике.

8.3.2 Промежуточная аттестация

(формирование компетенций: УК-3, индикаторы: ИУК-3.1.., ИУК-3.2. , ИУК-3.3.; компетенции ПК-1, индикаторы: ИПК-1.1.; ИПК -1.2.; ИПК -1.3; компетенции ПК-3, индикаторы: ИПК-3.1.; ИПК-3.2.; ИПК-3.3.).

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (дифференцированного зачета) по итогам практики:

1. Какие профессиональные задачи решались Вами за период практики? Как Вы их решали? Какие получили результаты?

2. Какие умения и навыки Вы приобрели в процессе практики? Оцените свои основные достижения.

3. Какие правила безопасности при прохождении практики были Вам известны?

4. Сформулируйте основные требования к рабочему месту пользователя персонального компьютера.

5. Какие методы по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения проектных творческих задач Вы использовали?

6. Сформулируйте выводы, полученные Вами на основе анализа информации, полученной из научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов.

7. Какие информационные технологии и программные средства вы применяли?

8. Какие аналитические методы Вами были применены при оценке текущей коммуникационной среды организации?

9. Какова цель применения методы SWOT –анализа, который был Вами использован?(PEST, конкурентный, информационный, репутационный, медиаанализ и т.д.)

10. Определите, исходя их проведенного исследования и проделанной аналитической работы, текущее положение в организации информационной (маркетинговой, коммуникационной) составляющей. Насколько компания использует в своей деятельности рекламные коммуникации?

11 .В чем заключается специфика рекламных коммуникаций?

12. Какие действия понимаются под рекламными технологиями?

13. Дайте характеристику коммуникационными технологиям.

14 От каких факторов зависит выбор средств коммуникационными службами организации?

15. Дайте характеристику профессиональных требований к специалисту по рекламе и связям с общественностью.

16. Дайте характеристику одному из видов рабочих мероприятий.

Приложение 1

Образец оформления титульного листа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления
Кафедра «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»
Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»
(или «Интегрированные бренд-коммуникации»)

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ БАКАЛАВРА
(«Производственная (профессионально-творческая) практика»)

Студент
_____
Ф.И.О. студента
группа _____,
форма обучения_____,
Руководитель практики:
_____,
Ф.И.О. руководителя
_____
Уч. степень, звание, должность
_____
Дата, подпись

Москва - 2023

Приложение 3

Требования к оформлению отчета по практике

1. Отчет о проведенной работе, отражающий его научную деятельность, рекомендуемым объемом 15-20 страниц.

Отчет о пследующие структурные элементы:

1. Титульный лист (Образец оформления титульного листа отчета о практике приведен в приложении 1 к настоящей программе)
2. Содержание
3. Введение
4. Основную часть(состоящую из глав и/или параграфов)
5. Заключение
6. Список использованных источников
7. Приложения

Титульный лист - первая страница работы (номер страницы при нумерации не проставляется), которая заполняется по строго определенным правилам.

Содержание - приводятся заголовки структурных частей представленного труда с построчным указанием всех страниц, с которых они начинаются. При этом их формулировки должны точно соответствовать содержанию работы (названиям глав и/ или параграфов, приложениям и т.д.), быть краткими, четкими, последовательно и точно отражать ее внутреннюю логику.

Введение - содержит анализ актуальности темы исследования с точки зрения современности и социальной значимости, суть проблемной ситуации; степень научной разработанности проблемы; объект, предмет, цель, задачи, хронологические рамки исследования; теоретико-методологическую основу и теоретическую базу работы; описание ее структуры.

Описание актуальности темы состоит в необходимости достаточно убедительно обосновать научную важность, своевременность данного исследования для совершенствования или развития той или иной сферы.

Объект исследования - процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения. Объект исследования - это то, на что направлен процесс познания.

Предмет исследования находится в границах объекта, выступая в качестве его существенной части. Это некая модель объекта, дающая представление о том, как его рассматривать, какие новые отношения, свойства, связи, аспекты и функции объекта раскрываются (или могут быть раскрыты) в процессе познания. То есть предметом исследования являются те наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению.

Цель исследования - выявление существенных характеристик предмета исследования. Ставя перед собой цель, студент делает прогноз относительно результатов, которые намерен получить в ходе работы.

Задачи исследования - это конкретные шаги, дающие представление о том, что и в какой последовательности необходимо сделать для достижения поставленной цели. Формулировка задач обычно начинается со слов «выявить», «проанализировать», «построить модель» и т.п.

Количество задач должно соответствовать количеству параграфов работы. Хронологические рамки исследования определяют временной интервал, в котором изучаемый

объект(процесс) подвергается непосредственному анализу. Желательным условием является-совпадение одной из временных границ исследования со временем подготовки ВКР.

Теоретическая и методологическая основа исследования должна отражать основные теоретические концепты и методологические принципы проводимого исследования. Применяемые методологические принципы исследования могут включать как классические подходы к анализу выбранного объекта исследования, так и, активно разрабатываемые в современной науке.

Теоретической базой проводимого исследования могут служить федеральные законы и иные нормативно-правовые акты; сведения Федеральной службы государственной статистики РФ и ее территориальных подразделений; материалы социологических исследований и мониторингов; экспертные оценки ведущих исследователей; периодическая печать.

В основной части отчета отражается теоретическо – аналитический обзор темы исследования, согласованной с научным руководителем. Обязательным требованием к основной части отчета является правильное оформление ссылки на цитируемые источники. В конце глав и/ или параграфов следует подвести итог, представляющий собой выводы из вышеприведенного анализа материала. Обязательным условием для научно-исследовательской работы должен быть полный список научно-практических конференций, круглых столов и иных публичных мероприятий, на которых происходила апробация студентом ее основных положений и выводов, с указанием уровня мероприятия, места и даты его проведения, с полным указанием выходных данных в соответствии с требованиями и номерами страниц. В заключении раскрывается значимость рассмотренных вопросов, а также их практическая направленность.

В заключении приводятся главные выводы, характеризующие в сжатом виде итоги проделанной работы, излагаются предложения и рекомендации по внедрению полученных результатов и дальнейшему развитию темы.

Важнейшее требование к заключению - его краткость и обстоятельность(в нем не следует повторять содержание введения и основной части работы).

Список использованных источников. В процессе подготовки работы важное место отведено сбору материала. Поэтому после предварительного знакомства с проблемой студенту следует приступить к составлению библиографии с учетом работ, рекомендованных научным руководителем.

Список использованных источников могут составлять нормативные акты, первоисточники, монографии, периодические научные издания, материалы прессы и др., выполненные на бумажных и электронных носителях, а также размещенные в сети Интернет.

Приложения. В случае необходимости привести большие по объему таблицы, схемы рисунки, прибегают к оформлению приложения. В приложениях должны быть также помещен инструментарий и общие данные собственного эмпирического исследования(выходные данные апробации результатов работы). Форма приложения не регламентируется и определяется задачами работы, тем не менее, его техническое оформление должно полностью соответствовать требованиям.

Оформление отчета по практике должно соответствовать требованиям ГОСТа 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Текст отчета о практике печатается на стандартных листах формата А4 по ГОСТ 9327-60 «Бумага и изделия из бумаги. Потребительские форматы» (210х297 мм) на компьютере шрифтом гарнитуры Times New Roman кеглем 14 пунктов через 1,5 интервала, что позволяет

в среднем разместить на странице 28-32 строки текста с числом знаков в строке 60-66 (включая пробельные элементы).

Общий объем отчета (без учета приложений):15-20 стр.

Текст отчета о практике следует печатать с соблюдением следующего размера полей:

левое – не менее 30 мм;

правое – не менее 10 мм;

верхнее – не менее 20 мм;

нижнее – не менее 20 мм.

Величина абзацного отступа – 1,25 сантиметра. Выравнивание текста в пределах абзаца – по ширине.

При наборе текста допускается использование функции автоматической расстановки переносов.

Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определениях, терминах, важных особенностях и т.д., применяя шрифтовые выделения с помощью разрядки и подчеркивания.

Опечатки и графические неточности, обнаруженные в отчете о практике, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графики) черными чернилами, пастой или тушью. Помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста (графики), вычеркивания и заклеивания исходного текста в отчете о практике не допускаются.

Фамилии, названия учреждений, организаций, названия изделий и другие имена собственные в отчете о практике следует приводить на языке оригинала. Допускается транслитерировать имена собственные и приводить названия организаций в переводе на русский язык с добавлением при первом упоминании оригинального названия.

Сокращения русских слов и словосочетаний в отчете о практике следует избегать. Допустимо применять лишь общепринятые сокращения, руководствуясь при этом требованиями ГОСТ 7.12-93 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила».

Заголовки структурных элементов отчета о практике «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатают жирным шрифтом прописными буквами и записывают с абзацного отступа. Например:

ВВЕДЕНИЕ

Основная часть отчета о практике должна состоять из трех глав (разделов), подразделяемых на подразделы. Наименования глав (разделов) и подразделов должны соответствовать содержанию практики, изложенному в разделе 3 настоящей программы. **Главы (разделы)** нумеруются арабскими цифрами (точка после номера главы не ставится), а их наименование печатают жирным шрифтом прописными буками с абзацного отступа. Выравнивание заголовков разделов дипломной работы следует делать по левому краю. Например:

1 ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В Г. МОСКВЕ

Номера **подразделов** глав основной части отчета о практике включают номер раздела (главы) и порядковый номер соответствующего подраздела в рамках главы, разделенные точкой. После номера подраздела перед его заголовком точку не ставят. Заголовки подразделов печатаются строчными буквами, выделяются жирным шрифтом и записываются

с абзацного отступа. Выравнивание заголовков подразделов отчета о практике производится по левому краю. Например:

1.1 Реклама в московском метрополитене

Точки в конце заголовка разделов и подразделов отчета о практике не ставятся.

Каждый структурный элемент отчета о практике (содержание, введение, главы основной части отчета, заключение, приложения) начинается с нового листа.

Первой страницей отчета является титульный лист, который включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Прочие структурные элементы отчета о практике (содержание, введение, основная часть, заключение) имеют сквозную нумерацию страниц в пределах работы. Нумерация страниц отчета о практике производится арабскими цифрами в центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц отчета о практике.

Иллюстрации в отчете о практике (графики, схемы, диаграммы, чертежи, рисунки) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Все иллюстрации в отчете о практике именуются рисунками.

Рисунки могут быть выполнены в цвете (при необходимости). На все имеющиеся в отчете о практике рисунки по тексту работы обязательно должны быть даны ссылки.

Рисунки должны иметь сквозную нумерацию в пределах главы арабскими цифрами. При этом номер рисунка состоит из номера главы и порядкового номера рисунка, разделенных точкой. Рисунки обязательно должны иметь наименования. Номер рисунка отделяется от его наименования с помощью тире. Номер и наименование помещаются после рисунка и центрируются. Точка в конце наименования рисунка не ставится. Например:

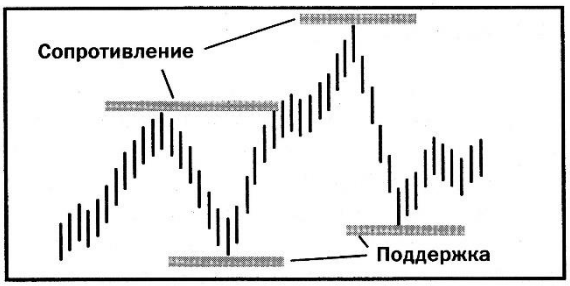


Рисунок 1.1 –Уровни поддержки и сопротивления

Рисунки каждого приложения обозначаются отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например: Рисунок А.3.

При ссылках на иллюстрации в отчете о практике следует писать «… в соответствии с рисунком 1.2».

Таблицы в отчете о практике применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Таблицы следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Таблицы в дипломной работе следует нумеровать арабскими цифрами в пределах главы дипломной работы. Номер таблицы в этом случае состоит из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным и кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Точка в конце названия таблицы не ставится. Например:

Таблица 3.2 – Структура основных средств ООО «Ромашка»

Вид основных средств	Стоимость, руб.		Удельный вес, %	
	на н/г	на к/г	на н/г	на к/г
Здания	1000000	1000000	50	50
Оборудование	1000000	1000000	50	50

Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например: Таблица В.2.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица», ее номер и название указывают один раз над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы. Например:

Продолжение таблицы 3.2

При переносе таблицы на другую страницу заголовок (шапку) таблицы помещают только над ее первой частью.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе (в рассмотренном примере это «Вид основных средств», «Стоимость, руб.» и «Удельный вес, %»). Подзаголовки граф пишутся со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком (в рассмотренном примере это «на н/г» и «на к/г»), или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставятся.

Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф таблицы диагональными линиями не допускается.

Заголовки граф следует записывать параллельно строкам таблицы. Однако при необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками. Если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее – кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и химических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводятся, то в ней ставится прочерк.

В таблицах допускается использовать размер шрифта меньший, чем в тексте. При выборе шрифта следует учитывать удобочитаемость таблицы. Рекомендуемый минимальный кегль шрифта в таблицах составляет 9 пунктов.

На все таблицы обязательно должны быть ссылки. При ссылках на таблицы следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Формулы выделяются из текста отдельной строкой. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой она даны в формуле.

Формулы нумеруются арабскими цифрами в пределах главы отчета о практике. Номер формулы в этом случае состоит из номера главы и порядкового номера формулы, разделенных точкой, и указывается в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Например:

$$O_{стр} = \frac{n_i}{N} \times 100\%, \qquad (2.1)$$

где n_i – объем исследуемой части совокупности;

N – общий объем исследуемой совокупности.

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения. Например: (D.5)

Ссылки в тексте на порядковые номера формул даются в скобках. Например: «в формуле (2.1)».

Для корректного набора формул рекомендуется пользоваться специальным редактором формул Microsoft Equation, входящим в стандартную поставку программного пакета Microsoft Office.

1.

Внутри глав или подразделов могут быть приведены перечисления. Перед каждым перечислением следует ставить дефис или, при необходимости ссылки в тексте работы на одно из перечислений, строчную букву (за исключением букв з, о, г, ь, й, ы, ъ), после которой ставится скобка.

Для дальнейшей детализации перечислений следует использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа. Например:

а) …….

б) …….

1) ……..

2) ……..

в) …….

Обозначения в тексте физических величин осуществляются в соответствии с ГОСТ 8.417-81 «Государственная система обеспечения единства измерений. Единицы физических величин» без переноса на следующую строку, например: 90%, 50 квт и т.д.

В единицах, получаемых делением одной величины на другую, применяют косую черту, например: руб./м, руб./шт., шт./ чел. и т.д. без переноса на следующую строку.

При использовании косой черты произведение единиц в знаменателе заключается в скобки, например: руб./(квт.ч) и т.д. без переноса на следующую сроку.

Для обозначения множественного числа номера, параграфа, процента, градуса их символы не удваиваются и кавычками при повторении не заменяются. Перед числами и буквенными обозначениями, характеризующими предметы, тире не ставят, например: цена телевизора 7500 руб., мощность цеха 2,5 т/ч.

Целые числа, начиная с 5-значных (а в таблицах и 4-значных, стоящих под 5-значнями), разбивают на классы, которые отделяются пробелом. Например: 20 700; 103 850. Классы не подлежат переносу на следующую строку.

Для обозначения диапазонов значений ставят многоточие, тире, предлоги «от» и «до». Обозначения размерности ставят только один раз – после второго числа. Например: 200 – 250 мм; от 50 до 70% и т.д.

Падежные окончания после дефиса ставят только при порядковых числительных, заменяемых арабскими цифрами или латинскими буквами. Например: I – IV разряд, 3-й вид, *j*-е изделие и т.д.

Приложения к отчету о практике являются его продолжением. Приложения к отчету о практике в общую нумерацию страниц отчета не включаются. В тексте отчета на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

Каждое приложение начинается с новой страницы с указанием наверху посредине страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», его обозначения и степени. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. После слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует буква, обозначающая его последовательность. Например:

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O.

В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Каждое приложение должно иметь заголовок, который записывается с прописной буквы отдельной строкой и центрируется. Например:

Таблица условных обозначений, используемых в отчете о практике

Не рекомендуется выносить из основной части отчета в приложения материалы, обращение к которым в процессе ознакомления с отчетом затруднит понимание его содержания.