

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: заочная

Рабочая программа практики

Производственная практика: преддипломная практика

Блок:	Блок 2 «Практики»
Часть образовательной программы:	Обязательная
Индекс практики по учебному плану:	Б2.О.04
Трудоемкость в зачетных единицах:	семестр 10 - 9
Часов (всего) по учебному плану:	324
Контактная работа по практике	семестр 10 - 15 часов
Иные формы работы по практике	семестр 10 - 308,5 часа
Промежуточная аттестация <i>Зачет с оценкой</i>	семестр 10 - 0,5 часа

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIVV-667968f0

И.В. Юдин

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А. Веселов

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В.
Гаврилова

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель практики – закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения; формирование навыков использования для решения комплексных экономических задач научного и методического аппарата профессиональных дисциплин направления подготовки; формирование профессиональных навыков в рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах формирование техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций.

Задачи практики:

- выбор темы выпускной квалификационной работы;
- сбор, анализ, систематизация и обобщение теоретических материалов по теме выпускной квалификационной работы;
- сбор практической информации для выполнения выпускной квалификационной работы;
- проверка профессиональной готовности выпускников к самостоятельной трудовой деятельности;
- изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых и рекламных направлений его деятельности;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности коммерческой, маркетинговой, рекламной;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по практике, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
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	ИД-1 _{ОПК-1} Демонстрирует знание норм русского языка в процессе создания коммуникационного продукта	знать: - основные принципы продвижения продукции и основные особенности рекламы в сети Интернет и в периодической печати. уметь: - участие в подготовке различных специальных мероприятий и переговоров.
	ИД-2 _{ОПК-1} Демонстрирует знание норм иностранного языка в процессе создания коммуникационного	знать: - основные методы научных, в том числе маркетинговых, исследований в

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	продукта	профессиональной деятельности. уметь: - составлять текст и элементы макета рекламной листовки, рекламного плаката, буклета, интернет-баннера, интернет-рассылки и т.п..
	ИД-3 _{ОПК-1} Демонстрирует понимание необходимости создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в конкретный период времени и в конкретной ситуации	знать: - основные методы научных, в том числе социологические, исследований в профессиональной деятельности. уметь: - навыки подготовки рекламной продукции к выпуску, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД-1 _{ОПК-2} Демонстрирует понимание тенденций развития общественных и государственных институтов	знать: - основные требования , методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов. уметь: - проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.
	ИД-2 _{ОПК-2} Применяет знания тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	знать: - современные информационно-коммуникационные технологии. уметь: - проводить научные, в том числе социологические, исследования в профессиональной деятельности.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	ИД-3 _{ОПК-2} Применяет знания тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания коммуникационных продуктов.	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - иметь знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять результаты аналитических справок, обзоров и прогнозов в практической деятельности.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1 _{ОПК-3} Демонстрирует знания достижений отечественной и мировой культуры	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы современной теории коммуникации и рекламы. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия.
	ИД-2 _{ОПК-3} Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организации и оперативного планирования своей деятельности. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.
	ИД-3 _{ОПК-3} Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы коммуникаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять базовые знания теории

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		коммуникации для организации и оперативного планирования своей деятельности.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-1 _{ОПК-4} Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы современных технологий рекламы. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять коммуникации в малом коллективе.
	ИД-2 _{ОПК-4} Демонстрирует знание характеристик целевой аудитории в различных сферах применения технологий связей с общественностью.	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современное состояние рынка рекламных и PR услуг. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основы современных технических средств и коммуникативных технологий в осуществлении аналитической и коммуникативной деятельности.
	ИД-3 _{ОПК-4} Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы понятийного аппарата проведения маркетинговых исследований. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основы современной теории коммуникации и рекламы.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем	ИД-1 _{ОПК-5} Демонстрирует знания тенденций развития медиакоммуникационных систем различного уровня.	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийный аппарат проведения социологических исследований. <p>уметь:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		- применять основы понятийного аппарата проведения маркетинговых исследований.
	ИД-2 _{ОПК-5} Применяет знания политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем различного уровня в процессе выполнения профессиональных задач	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы экономического анализа. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования в конкретной предметной области.
	ИД-3 _{ОПК-5} Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня.	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы маркетинга. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять понятийный аппарат проведения социологических исследований.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-1 _{ОПК-6} Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы статистических исследований. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать, разрабатывать и проводить рекламные мероприятия в рамках рекламной кампании.
	ИД-2 _{ОПК-6} Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы работы средств массовой информации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1 _{ОПК-7} Демонстрирует навыки оценки эффектов каждого этапа коммуникационной кампании	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - профессиональные приемы и терминологию. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыки подготовки и проведения исследований.
	ИД-2 _{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности работы пресс-центров, пресс-служб, отделов печати, средств массовой информации (СМИ), отделов по связям с общественностью, отделов рекламы, коммуникационных агентств. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.
ПК-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ИД-1 _{ПК-1} Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности структуры, функционала и методы работы пресс-центров, пресс-служб, отделов печати, средств массовой информации (СМИ), отделов по связям с общественностью, отделов рекламы, коммуникационных агентств и др.. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать специфику работы данного учреждения.
	ИД-2 _{ПК-1} Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - профессиональную терминологию и этику. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать инструментальные средства для сбора

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	и обработки данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.
	ИД-3ПК-1 Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать операционную (производственную) деятельность организаций.
	ИД-4ПК-1 Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение инноваций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логически излагать мысли.
	ИД-5ПК-1 Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды организационно-управленческих решений. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать решения.
	ИД-6ПК-1 Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность. <p>уметь:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		- заключать договоры и контракты.
ПК-2 способен вести разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ	ИД-1 _{ПК-2} Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления; основные макроэкономические показатели и принципы их расчета. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы в процессе принятия финансовых решений.
	ИД-2 _{ПК-2} коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.
	ИД-3 _{ПК-2} Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила и регламенты ведения деловой переписки с помощью электронных коммуникаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять стоимостную оценку активов,

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию операциями на мировых рынках в условиях глобализации дивидендной политики и структуре капитала.
	ИД-4ПК-2 Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационную структуру предприятия. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять потенциал технологических и продуктовых инноваций.
	ИД-5ПК-2 Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные, философские, религиозные картины мира, нравственные обязанности человека. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диагностировать этические проблемы в организации и применить модели принятия этических управленческих решений, в том числе в межкультурной среде.
	ИД-6ПК-2 Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию конфликтов. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять диагностику организационной культуры.
	ИД-7ПК-2 Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - договоры и контракты. <p>уметь:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		<p>- применять информационные технологии для решения управленческих задач.</p>
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-8пк-2 Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегии организации.
	ИД-1пк-3 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теории мотивации, лидерства и власти. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структурировано излагать свои мысли в устной и письменной форме.
	ИД-2пк-3 Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать полученные знания для эффективной организации работы в области защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
	ИД-3пк-3 Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ,	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала. уметь: - в своей жизни применять принципы здорового образа жизни.
	ИД-4пк-3 Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	знать: - функциональные стратегии компаний. уметь: - использовать результаты развития своих достоинств в профессиональной деятельности.
	ИД-5пк-3 Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	знать: - документальное оформление в управлении операционной (производственной) деятельности организаций. уметь: - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач.
	ИД-6пк-3 Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	знать: - основные этические ценности и принципы здорового образа жизни. уметь: - уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-4 способен проводить контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ИД-1 _{ПК-4} Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и программные средства обработки деловой информации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - занимать активную гражданскую позицию.
	ИД-2 _{ПК-4} Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, лидерства и управления конфликтами. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основы философских знаний.
	ИД-3 _{ПК-4} Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы аргументации и построения речи. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления человеческими ресурсами организаций.
	ИД-4 _{ПК-4} Анализ эффективности продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможные бизнес-модели коммерциализации предпринимательских идей. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внедрять изменения документооборота в

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	ИД-5пк-4 Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	<p>управлении организации.</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные нормативные правовые документы, закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Практика относится к части - "Обязательная", блока - "Практики", основной профессиональной образовательной программы (далее – образовательной программы) бакалавриата «Реклама и продвижение СМИ» направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Практика проводится в 10 семестре.

По способу проведения практика может относиться к стационарной и (или) выездной, что определяется местом ее прохождения.

Практика проводится в организации, осуществляющей деятельность по направленности (профилю) образовательной программы (далее – профильная организация), и (или) непосредственно в структурном подразделении ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» (далее – МЭИ).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов место прохождения практики учитывает особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности, состояние здоровья и требования по доступности.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Трудоемкость, ак. часов	
		Контактная работа	Иная форма работы
Семестр 10			
1	Подготовительный этап	6	119
1.1	Выдача задания по практике	3	59
1.2	Инструктаж по технике безопасности	3	60
2	Основной этап	3	61
2.1	Выполнение индивидуального задания	3	61
3	Отчетный этап	6	128,5
3.1	Сдача отчета и получение допуска к промежуточной аттестации	3	61
3.2	Промежуточная аттестация по практике	3	67,5
4	Формы контроля	0,5	0
4.1	Зачет с оценкой	0,5	-
Итого за 10 семестр:		15,5	308,5
Всего:		15,5	308,5

5. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

1. Изучить требования к структуре и стилю изложения выпускной квалификационной работы

2. Оформить расчетно-пояснительную записку выпускной квалификационной работы в соответствии с требованиями

3. Оформить графические материалы. (при наличии)

4. По результатам практики составить индивидуальный письменный отчет по практике.

По результатам практики должен быть составлен индивидуальный письменный отчет по практике.

Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проделанной в период практики, и отражать результаты выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Отчет должен содержать титульный лист, подписанный студентом с указанием детальной информации о параметрах обучения. Отчет проверяется руководителем практики от МЭИ, который принимает решение о допуске студента к защите отчета по практике.

Отчет по практике – это специфическая форма письменных работ, позволяющая студенту обобщить свои знания и навыки, приобретенные за время прохождения производственной практики. Отчет по практике готовится индивидуально.

Цель отчета – осознать и зафиксировать компетенции, приобретенные студентом в результате освоения дисциплин и закрепленные им при прохождении практики.

Документы вшиваются в следующей последовательности:

1) Титульный лист

2) Задание на практику

3) Характеристика-отзыв о работе студента с места прохождения практики

4) Содержание отчета в соответствии с заданием

5) Введение

6) Отчет по практике

7) Заключение

8) Список литературы

6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

Форма промежуточной аттестации в 10 семестре: зачет с оценкой

Зачет с оценкой в форме представления отчета на бумажном носителе и (или) в электронном виде..

По результатам практики выставляется:

– оценка 5 («отлично») - Отчет представлен на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям. На защите обучающийся дал на все вопросы правильные ответы, без недочетов;

– оценка 4 («хорошо») - Отчет представлен на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям. На защите обучающийся дал на все вопросы ответы, при этом суммарно допущено не более двух ошибок;

– оценка 3 («удовлетворительно») - Отчет представлен на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям. На защите обучающийся дал правильные ответы не менее чем на половину вопросов, либо при ответе часто допускались ошибки;

– оценка 2 («неудовлетворительно») - Не представлен отчет на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил отрицательную оценку по какому-либо из предусмотренных мероприятий. Правильно даны ответы менее чем на половину вопросов..

Зачет с оценкой выставляется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» и при наличии отчета на бумажном носителе и(или) в электронном виде..

В приложение к диплому выносится оценка за 10 семестр.

Примечание: оценочные материалы по практике приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Архив и научно-техническая библиотека профильной организации.

Материалы, полученные во время прохождения практики.

При прохождении практики в МЭИ – НТБ МЭИ и электронные библиотечные системы.

7.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей"
2. Office / Российский пакет офисных программ
3. Windows / Операционная система семейства Linux
4. Майнд Видеоконференции

7.2 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Профильная организация и (или) структурное подразделение МЭИ.

Плановые характеристики помещений указаны в таблице.

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стол письменный, стул, принтер, кондиционер, вешалка для одежды, светильник потолочный с диодными лампами, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный

Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, принтер, компьютер персональный, стол компьютерный, стол письменный, шкаф для документов, шкаф для одежды, светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, кондиционер, информационные (интернет) розетки, коммутатор, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, принтер, компьютер персональный, стол компьютерный, стол письменный, шкаф для документов, шкаф для одежды, светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, кондиционер, информационные (интернет) розетки, коммутатор, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-417/6, Белая мультимедийная студия; Ж-417/7, Световая черная студия	светильник потолочный с люминесцентными лампами, электрические розетки, информационные (интернет) розетки, стол компьютерный, мультимедийный проектор, компьютер персональный, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, оборудование специализированное, светильник настенный, мультимедийный проектор, информационные (интернет) розетки, экран, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, микрофон, стул
Помещения для консультирования	Ж-2006, Конференц-зал ИДДО	стол, стул, светильник потолочный, кондиционер, компьютер персональный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	Ж-417 /2а, Помещение для инвентаря	стеллаж для хранения инвентаря, светильник потолочный с люминесцентными лампами, экран, указка, спортивный инвентарь, канцелярский принадлежности, хозяйственный инвентарь, архивные документы, дипломные и курсовые работы студентов, запасные комплектующие для оборудования

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

Производственная практика: преддипломная практика

10 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости:

- КМ-1 Своевременность получения задания и начала его выполнения
- КМ-2 Равномерность работы в течение практики
- КМ-3 Выполнение задания на практику в полном объеме
- КМ-4 Готовность к решению поставленных задач профессиональной деятельности
- КМ-5 Качество оформления отчетной документации

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Трудоемкость практики - 9 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	19	20	22	22	22
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+	+
	Вес КМ:	10	30	30	20	10