

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна
Должность: Директор
Дата подписания: 18.02.2026 23:05:44
Уникальный программный ключ:
76dbca65a427c5a8906028245af279c57b2518e5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

УТВЕРЖДЕНО
Педагогическим советом
АНПОО
«Колледж бизнеса и дизайна»
С.С. Дымова
актуализированная версия
«17» февраля 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УП.01.01 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации
рекламного продукта**

Наименование специальности: **42.02.01 Реклама**

Присваиваемая квалификация: **специалист по рекламе**

Форма обучения: **очная**

Москва, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА	7
3.1. Материально-техническое обеспечение практики.....	7
3.2. Требования к документации, необходимой для проведения учебной практики	7
3.3. Обязанности обучающегося во время прохождения учебной практики	8
3.4. Учебно-методическое обеспечение учебной практики	9
3.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:.....	10
3.6. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой	10
3.7. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	11
4.1. Контроль и оценка степени освоения учебной практики.....	12
4.2. Критерии выставления оценки за учебную практику.....	13
Приложения	14

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессионального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Вид практики: учебная.

Форма проведения практики: концентрированная.

Учебная практика направлена на приобретение у студентов первоначального практического опыта, реализуется в рамках модуля образовательной программы СПО по основным видам профессиональной деятельности и дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Задачи практики:

- закрепление и использование специальных знаний, полученных в рамках профессионального модуля;
- преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- подбор и анализ основной и дополнительной литературы в соответствии с проблематикой работ, выполняемых во время практики.
- приобретение опыта практической работы в соответствии с требованиями, установленными ФГОС СПО по специальности – 42.02.01 Реклама.

Учебная практика (УП) по ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики для вида деятельности «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 1.1.	Определение целевой аудитории и целевых групп.
ПК 1.2.	Проведение анализа объема рынка.
ПК 1.3.	Проведение анализа конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

В результате прохождения практики по профессиональному модулю ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» обучающийся:

Должен уметь:

- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;

- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;
- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;
- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;
- производить качественные аналитические исследования рынка;
- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;
- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;
- преобразовывать требования заказчика в бриф.

Должен знать:

- способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
- аудиторию различных средств рекламы; формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;
- методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития
- отраслевую терминологию;
- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;
- основы маркетинга;
- принципы выбора каналов коммуникации;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке, планировании коммуникационных каналов, при разработке творческих стратегий и рекламных носителей.

Должен иметь практический опыт:

- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
- проведения качественных аналитических исследований рынка;
- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования;
- выявления основных и второстепенных конкурентов;
- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды
- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.

Количество часов, отводимое на освоение учебной практики

Наименование профессионального модуля	Вид и индекс практики	Количество		Форма проведения
		недель	часов	
ПМ. 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	УП 01.01 Учебная практика	3	108	Концентрированная

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Тематический план учебной практики

Код ПК	Содержание ПК	Виды работ учебной практики	Содержание учебных занятий	Количество часов
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы	Разработка проекта бренд-бука на основе предложенного брифа	Организационное собрание курса (консультация). Инструктаж по прохождению практики, цели, задачи, структура отчета. Вводный инструктаж. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности. Выдача индивидуальных заданий	2
			Ознакомление с брифом	6
			Разработка решений, связанных с идеей и бренд-бука образом бренда	8
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка	Разработка макетов рекламных текстов с учётом выбранного фирменного стиля	Анализ образцов продукции на предмет установления элементов фирменного стиля	8
			Разработка предложений по ребрендингу фирменного стиля и их обоснование	8
			Создание макетов предполагаемой рекламных текстов	8
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов	Создание проекта пресс-кита	Ознакомление с деятельностью фирмы и её имиджевыми задачами	8
			Разработка PR-решений и плана мероприятий	8
			Создание макета пресс-кита от имени фирмы, рассчитанного на взаимодействие со СМИ в ходе предполагаемых мероприятий	8
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Отработка техники визуализации рекламной информации	Создание или анализ подборки рекламных изображений для выбранного товара (либо товарной категории)	8
			Разработка новых визуальных композиций и их стилистических элементов	10
			Объяснение способов воздействия на восприятие изображенных объектов	
			Создание визуальных образов с рекламными функциями	8
			Определение характерных признаков товарной марки. Построение рекламных образов	8
Подведение итогов практики и систематизация документов по практике: составление отчета по практике, заключительная беседа с руководителем практики, проверка отчета и его защита				10
ВСЕГО ЧАСОВ				108

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

3.1. Материально-техническое обеспечение практики

Кабинет проектирования рекламного продукта

Оборудование кабинета:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, шкаф металлический, стеллаж металлический, стеллаж, офортный станок, переплетчик на пластиковую пружину, степлер, резак для бумаги.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий. В соответствии с п.4.4. ФГОС СПО допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

Кабинет для воспитательной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

Практика так же может проводиться в организациях, осуществляющих свою деятельность по профилю настоящей образовательной программы (профильная организация), в том числе в структурных подразделениях профильной организации, предназначенных для проведения практической подготовки, на основании договоров, заключенных между АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна» и профильными организациями.

3.2. Требования к документации, необходимой для проведения учебной практики

Для проведения учебной практики, в образовательной организации предусматривается следующая отчетная документация:

- отчет по практике (приложение 1);
- отзыв-характеристика (Приложение 2);

По результатам практики обучающимся оформляется отчет, состоящий из письменного описания выполненных работ и приложений, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций. Отчет должен содержать развернутые ответы на все пункты программы практики, аналитические расчеты, проведенные по данным собранного материала, графические и табличные материалы, приложения.

Отчет имеет следующую структуру: титульный лист, содержание, введение,

основная часть, заключение, список источников и литературы, приложения (Приложение 2).

Текст отчета должен быть набран на компьютере и распечатан в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине».

Названия глав и «Содержание», «Введение», «Заключение» и «Список литературы» пишут полностью прописной буквы, располагая по центру. Названия параграфов – располагаются сразу слева, без абзацного отступа и начинаются с прописной буквы. Основная часть отчета состоит из разделов, подразделов, параграфов (при необходимости). Разделы имеют порядковые номера (сквозная нумерация), обозначенные арабскими цифрами без точки в конце.

Примерный объем отчета 15-17 листов (без учета Приложений к отчету). Объем отчета уменьшен быть не может, а может быть только увеличен.

Титульный лист отчета оформляется в соответствии с требованиями, указанными в Приложении 1 к данной рабочей программе. На последующих листах располагается основной текст отчета.

Студент отвечает за грамотность и аккуратность оформления отчета. Отчет, в котором отсутствуют подписи руководителя практики от организации, к рассмотрению не допускается.

К отчёту прилагается отзыв-характеристика, подписанная организацией и заверенная печатью или штампом организации, участвующей в проведении практики.

3.3. Обязанности обучающегося во время прохождения учебной практики

Студенты в период прохождения практики обязаны:

Перед началом практики:

- пройти вводный инструктаж по технике безопасности, охране труда и производственной санитарии;
- получить индивидуальное задание.

Во время прохождения практики:

- пройти на предприятии первичный инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка, охране труда и пожарной безопасности;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка, требования охраны труда и пожарной безопасности;
- не допускать пропусков практики без уважительной причины;
- в случае болезни предоставить руководителю практики медицинскую справку

После окончания практики:

- предоставить руководителям практики от организации и от колледжа отчет, оформленный в соответствии с установленными требованиями;
- в качестве приложения к отчету по практике обучающийся оформляет

графические, аудио-, фото-, видеоматериалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

– предоставить отзыв – характеристику с предварительной оценкой руководителя практики от организации (с подписью и печатью);

– явиться на зачет с оценкой к руководителю практики от колледжа в установленный срок.

3.4. Учебно-методическое обеспечение учебной практики

Перечень учебной литературы и других информационных источников

а) нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.
2. Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» // Собрание законодательства РФ. 2007. №49. Ст. 6076.
3. Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД и ВС РФ. 09.04.1992. № 15. Ст. 766.
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 35. Ст. 3758.

б) основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — 2-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-019214-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2183866>
2. Блюм, М. А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 144 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1853642>
3. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 294 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016384-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1127684>
4. Лебедева, О. А. Маркетинговые исследования рынка : учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. - 192 с. : ил. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0191-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967702>

в) дополнительная литература

1. Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2025. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172715>

3.5. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей;
2. <https://ro-edu.ru/> - Федеральный Медиапортал «Российское образование»

Информационные справочные системы:

1. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
2. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
3. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
4. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
5. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
6. <http://worldsellers.ru> – это одна из самых крупных интернет-площадок для продавцов, руководителей и предпринимателей
7. https://nafi.ru/projects/potrebitelskoe_povedenie/ - открытые исследовательские проекты в области поведения потребителей Аналитического центра НАФИ
8. <http://www.akarussia.ru> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России
9. <http://www.marketing.rbc.ru> - Российская ассоциация маркетинга

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. <https://biblioclub.ru/> - ЭБС Библиоклуб.py
2. <https://znanium.ru/> - ЭБС Знаниум

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Операционная система Microsoft Windows 10;

Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;

7-zip - архиватор;

Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/oprogramye/>;

Интернет-браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно).

Антивирусная программа Dr.Web.

3.6. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой

Реализация образовательной программы обеспечена педагогическими работниками АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна», а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия» и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Руководство учебной практикой осуществляется преподавателями дисциплин и

междисциплинарных курсов профессионального цикла соответствующей специальности, включенных в программу практики. Организацию и руководство учебной практикой, осуществляют преподаватели профессионального цикла от колледжа и руководители от организации. Квалификация педагогических работников колледжа отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Все педагогические работники, привлекаемые к реализации настоящей образовательной программы, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности «11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия», а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Руководитель организации, осуществляющий общее руководство практикой студентов в организации, за две недели до начала практики назначает непосредственных руководителей практики от организации, определяет наставников. Руководитель практики от организации руководит работой студентов на местах практики, обеспечивает безопасные условия прохождения практики студентами, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.

3.7. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Практика студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии с Положением о практической подготовке студентов, осваивающих основные образовательные программы среднего профессионального образования в АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна».

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях Колледжа.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль работы студентов осуществляется руководителями практики от принимающей организации и от АНПОО «Колледж бизнеса и дизайна».

Промежуточный контроль выполнения студентом – практикантом программы практики осуществляется совместно руководителями практики от Колледжа и от организации в виде регулярных проверок явки студента на место практики (ведение журнала учета явки студентов).

По окончании практики студент сдает руководителю практики от колледжа:

1. Отчет с выполненным индивидуальным заданием, содержащий развернутые ответы на все пункты программы практики, аналитические расчеты, проведенные по данным собранного материала, графические и табличные материалы, приложения. Результаты выполнения индивидуального задания должны быть включены в отчет.

Титульный лист отчета скрепляется подписью руководителя практики от организации и руководителя практики от колледжа;

2. Отзыв-характеристику с места прохождения практики, подписанную руководителем практики от организации и заверенную печатью или штампом организации.

Оценку, выставленную студенту на зачете по практике, руководитель практики от колледжа заносит:

- в зачетную книжку (кроме неудовлетворительной);
- в аттестационную ведомость (в том числе и неудовлетворительную);
- в журнал учебных занятий (кроме неудовлетворительной).

Оценка по практике приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Нарушение установленных сроков подготовки отчета рассматривается как нарушение учебной дисциплины и невыполнение учебного плана.

Студенты, не выполнившие требования программы практики по не уважительной причине или получившие неудовлетворительную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации и подлежат отчислению из Колледжа бизнеса и дизайна как имеющие академическую задолженность.

4.1. Контроль и оценка степени освоения учебной практики

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Форма контроля
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	выявляет основных и второстепенных конкурентов; проводит качественные аналитических исследований конкурентной среды, целевой аудитории и потребителей; анализирует каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; применяет технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования	зачет с оценкой по учебной практике
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	проводит анализ рынка; проводит качественные аналитические исследования рынка; применяет инструменты комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования	зачет с оценкой по учебной практике
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	выявляет основных и второстепенных конкурентов; проводит качественные аналитические исследования конкурентной среды; применяет методики и инструменты для проведения маркетингового исследования, структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним	зачет с оценкой по учебной практике
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и	определяет цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; планирует систему	зачет с оценкой по учебной практике

задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	маркетинговых коммуникаций; преобразовывает требования заказчика в бриф	
--	---	--

4.2. Критерии выставления оценки за учебную практику

Оценка	Критерии оценки степени сформированности компетенций
Отлично	Точное владение понятийным аппаратом, практикант в полной мере владеет практическими знаниями, умениями и навыками,
Хорошо	Владение понятийным аппаратом, практикант владеет практическими знаниями, умениями и навыками, демонстрирует творческий подход к выполнению заданий, владеет аналитическими методами.
Удовлетворительно	Владение понятийным аппаратом, практикант владеет практическими знаниями, умениями и навыками, но демонстрирует репродуктивный подход к выполнению заданий, недостаточное глубокий аналитический ответ.
Неудовлетворительно	Слабое владение понятийным аппаратом, практикант допускает неточности, слабо владеет практическими знаниями, умениями и навыками, творческими и аналитическими методами работы.

Автономная некоммерческая профессиональная организация
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»
Отделение дизайна и рекламы

Отчет по практике

Вид практики: _____

Тип практики**: _____

По модулю: _____

Выполнил студент (ка): _____

Специальность: _____

№ группы: _____

Место прохождения практики: _____

Сроки прохождения практики: _____

Руководитель практики от колледжа: _____

Руководитель практики от организации: _____

Подпись студента (ки): _____
(подпись)

Дата сдачи отчета: _____

Отчет принят: _____

«__» _____ 20__ г.

Оценка: _____
(подпись)

** Тип практики указывается при необходимости

Структура отчета по практике

Отчет должен включать в указанной ниже последовательности:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Основная часть
- Заключение
- Список литературы
- Приложения.

Содержание отчета

Оглавление должно отражать все материалы, представленные в работе. Перечисляются заголовки разделов и подразделов, список источников и литературы, каждое из приложений. Указываются номера страниц, на которых они начинаются. В конце оглавления перечисляют Приложения. При наличии самостоятельно разработанных документов их перечисляют с указанием обозначений и наименований.

Введение

Во введении излагаются и обосновываются: цель и задачи, методы и средства решения поставленных задач. Объем введения – 1-2 стр.

Основная часть

Содержание основной части должно отвечать заданию. Основная часть представляет собой изложение результатов работы. В ней демонстрируются умения самостоятельно работать с литературой, глубоко и всесторонне исследовать проблему, пользоваться современной научной терминологией.

Текст основной части делится на разделы, подразделы, параграфы в соответствии с оглавлением и структурой рассматриваемых вопросов.

Текст должен сопровождаться иллюстрациями: графиками, диаграммами, схемами. Каждый раздел рекомендуется начинать с нового листа.

Заключение

В заключении содержатся краткие выводы по результатам выполненной работы, оценка полноты решения поставленных задач, рекомендации по конкретному использованию результатов работы, ее теоретическая и практическая значимость. Объем заключения – 1-2 стр.

Список литературы

Список источников и литературы характеризует глубину и широту изучения проблемы, демонстрирует эрудицию и культуру исследования. В список включают все источники, на которые есть ссылки в тексте, в алфавитном порядке.

Перед названием источника в списке проставляется порядковый номер.

Порядок расположения источников:

- нормативно-правовые акты;
- научная и производственная литература (монографии, сборники статей, учебные пособия и др.);
- интернет-ресурсы.

Приложения

В приложения рекомендуется включать материалы иллюстративного и вспомогательного характера: копии документов правового характера, бланки документов, таблицы, самостоятельные материалы прикладного характера, брошюры.

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент(ка) _____ курса специальности _____
 АНПОО «Колледж бизнеса дизайна и дизайна» _____
 (ФИО студента)

с «___» _____ 20__ г. «___» _____ 20__ г. прошел(ла)
 _____ практику

по модулю _____

в _____

В период практики выполнял (а) обязанности _____

За время прохождения практики _____
 (ФИО студента(ки))

показал(а) _____
 (уровень теоретической подготовки, умение применить и использовать знания)

Программа практики выполнена полностью, компетенции сформированы:

☐ в полной мере

☐ частично

☐ не сформированы

В целом работа практиканта(ки) _____ выполнена
 (ФИО студента(ки))

на должном профессиональном уровне и заслуживает оценки

 (отлично, хорошо,
 удовлетворительно)

Руководитель практики от (организации)

 (подпись, расшифровка подписи)

МП