



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Пер. № 2248-17/01



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

В.Н. Ромашин

« 16 » августа 20 17 г

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению

Направление:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

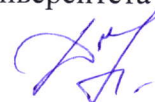
Год набора:

2017

Новосибирск 2017

Программа практики разработана
Плюсниной Лидией Константиновной – д-ром социол. наук, доцентом, профессором
кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Учебно-методическое обеспечение согласовано с библиотекой университета



Н.Ю. Долгова

Программа практики прошла экспертизу УМУ



О.С. Ерохина

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры
маркетинга, рекламы и связей с общественностью
(протокол от «30» августа 2017 г. № 1).

И.о. заведующего кафедрой
канд. социол. наук
доцент



Л.Ю. Шадрина

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. Цель и задачи практики

Цель практики - закрепление теоретической подготовки обучающихся и приобретения ими практических навыков и первичных профессиональных компетенций осуществления организационно-управленческой деятельности в сфере рекламной и PR-деятельности в соответствии с образовательной программой «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью».

Задачами практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются:

- закрепление системы теоретических знаний у студентов по общенаучным и профессиональным дисциплинам;
- выработка навыков проведения сбора, обработки и систематизации информации о деятельности организации;
- выработка навыков оценки деятельности организации;
- приобретение первичных навыков организации и планирования рекламной и PR-деятельности;
- приобретение навыков анализа функционала специалистов рекламной и PR-структуры;
- приобретение навыков оценки затрат и результатов деятельности рекламной и PR-структуры в организации;
- приобретение навыков управления персоналом рекламной и PR-структуры;
- обобщение, систематизация полученных данных, представление их в форме отчета.

1.2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

В результате прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков у обучающихся формируются следующие компетенции и по итогам практики обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов
ПК-4	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	Знать: особенности управления коллективом, процессы групповой динамики, особенности взаимодействия членов коллектива, формы организационно-управленческой работы с коллективами; Уметь: выявлять факторы, оказывающие влияние на функционирование коллектива и планировать его эффективную работу; Владеть: навыками управления для обеспечения эффективной работы коллектива, методами повышения эффективности работы групп.
ПК-5	способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	Знать: принципы управления персоналом организации, сплочения коллектива и способы разрешения конфликтов; Уметь: работать с персоналом, разрешать конфликты, оценивать производительность и качество труда персонала;

		Владеть: методами сплочения коллектива, обеспечения толерантности, разрешения конфликтов, оценки производительности и качества труда.
ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации	Знать: современные подходы к оценке затрат и результатов деятельности организации; Уметь: оценивать затраты и результаты деятельности, находить пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия; Владеть: методами оценки затрат и результатов деятельности, расчета показателей результатов деятельности организации.
ПК-10	способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	Знать: перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга; Уметь: применять теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга на практике, находить новые источники повышения конкурентоспособности; планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, выбирать оптимальные формы организации бизнеса; Владеть: приемами менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга в профессиональной деятельности

1.3. Место практики в структуре ОПОП ВО

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков опирается на следующие элементы ОПОП ВО: Менеджмент в инновационной сфере.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков выступает опорой для следующих элементов ОПОП ВО: Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации, Управление поведением потребителей, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

1.4. Способ и формы проведения практики

Способ проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков:

- стационарная;
- выездная.

Форма проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков: дискретно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

1.5. Место и время проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится у обучающихся на очной форме обучения: 1 курса во 2, 3 семестрах.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится в организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, который позволяет осуществить комплексное изучение деятельности по рекламе и связям с общественностью в данной организации.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков может проходить в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах, государственных, общественных организациях, коммерческих структурах, в организациях социальной сферы, сферы политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта, с которыми вуз заключил соответствующее соглашение (договор), где магистранту обеспечивается доступ к информации о деятельности организации. На основе договора организации обязаны предоставить магистранту место для прохождения практики и материалы для выполнения программы практики.

Общее руководство практикой осуществляет заведующий кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью, ответственным за проведение учебной практики от университета является руководитель практики.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 6 зачетных единиц.

Продолжительность практики по получению первичных профессиональных умений и навыков составляет 216 часов.

2.2. Этапы прохождения практики и их содержание

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
2 семестр очной формы обучения				
1. Этап Ознакомительный	Выработка навыков проведения сбора, обработки и систематизации информации о деятельности организации	1. Данный вид деятельности включает: - ознакомление с учредительными и нормативно-правовыми документами регламентирующими деятельность организации - ознакомление с историей организации; организационно-правовой формой; организационной структурой управления (функциональными подразделениями: отделами, подразделениями т.д.); целью деятельности, миссией; - проведение сбора, обработки и систематизации фактического материала об основных направлениях деятельности; месте и роли организации	27	Раздел 1. Общая характеристика деятельности организации

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		специалистов по рекламе и PR перспективные приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга. 2.5. Оценка затрат и результатов деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью; 2.6. Управление деятельностью коллектива подразделения по рекламе и связям с общественностью: - изучить особенности управления коллективом; - изучить особенности взаимодействия членов коллектива (формальные и неформальные); - изучить сплоченность коллектива и способы разрешения конфликтов; - оценить производительность и качество труда персонала.		
3. Этап Заключительный	Оформление и защита отчета по практике	Подготовка отчета по практике в соответствие с требованиями и осуществление его защиты	10	Отчет по практике
Итого 2 семестр			108	
3 семестр очной формы обучения				
1. Этап. Ознакомительный	Выработка навыков проведения сбора, обработки и систематизации информации о деятельности организации	1. На данном этапе выполняются следующие виды деятельности: - ознакомление с учредительными и нормативно-правовыми документами регламентирующими деятельность организации - ознакомление с организационно-правовой формой; организационной структурой управления (функциональными подразделениями: отделами, подразделениями т.д.); целью деятельности, миссией; - проведение сбора, обработки и систематизации фактического материала об основных направлениях деятельности; месте и роли организации во внешней среде; перспективах развития. - проведение сбора информации о результатах деятельности организации; - оценка эффективности деятельности организации.	27	Раздел 1. Общая характеристика деятельности организации

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
2. Этап Основной	<p>Выработка навыков планирования и организации деятельности рекламной и PR-структуры</p> <p>Выработка навыков организации рекламной и PR-деятельности</p> <p>Выработка навыков коммуникационного взаимодействия в работе с персоналом в рекламной и PR-структуре</p>	<p>2. Провести анализа планирования и организации деятельности рекламной и PR-структуры.</p> <p>2.1. Характеристика планирования и организации работы рекламной и PR-структуры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирование деятельности; - медиапланирование; - организация взаимодействия с руководством организации по планированию направлений рекламной и PR-деятельности; - организация взаимодействия со структурными подразделениями организации в процессе осуществления рекламной и PR-деятельности (редакционно-издательским отделом, пресс-службой, маркетинговым отделом и др.); - заключение договоров на выполнение работ со сторонними организациями на условиях аутсорсинга (дизайнерские, полиграфические, издательские и др. работы); <p>2.2. Характеристика организации рекламной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбор целевых аудиторий; - разработка рекламного продукта; - размещение рекламы, выбор медианосителей, медиаобсчет, - оформление заявки на размещение рекламы; - взаимодействие со СМИ в процессе размещения рекламы; - организация и проведение рекламных кампаний; - оценка эффективности рекламной деятельности (экономическая и коммуникационная). <p>2.3. Характеристика организации PR-деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация размещения информационных материалов в СМИ; - организация проведения PR-кампаний, PR-мероприятий, PR-акций; - оценка эффективности PR-деятельности (экономическая и 	71	Раздел 2 Планирование и организация деятельности рекламной и PR-структуры

Этапы практики	Задачи, решаемые на каждом из этапов	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающегося	Количество часов	Формы текущего контроля
		коммуникационная); 2.4. Характеристика использования перспективных приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в рекламной и PR-деятельности, с целью повышения конкурентоспособности организации. 2.5. Характеристика организации коммуникационного взаимодействия в работе с персоналом в рекламной и PR-деятельности: - особенности взаимодействия членов коллектива; - формы организационно-управленческой работы с коллективом; - этические вопросы коммуникационного взаимодействия; - особенности делового общения; - толерантность в коллективе; - морально-психологический климат в коллективе; - конфликтные ситуации и управление конфликтами.		
3. Этап Заключительный	Оформление и защита отчета по практике	Оформление окончательного отчета по практике в соответствии с требованиями и его защита. Составной частью отчета по практике являются выводы по исследованию и рекомендации по совершенствованию рекламной и PR-деятельности.	10	Отчет по практике
Итого 3 семестр			108	
Итого 2 и 3 семестры			216	

РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

3.1. Формы отчетности о результатах прохождения практики

По результатам прохождения практики обучающийся обязан предоставить на кафедру:

- отчет по практике;
- дневник прохождения практики;
- отзыв о прохождении практики.

3.2. Требования к содержанию и оформлению форм отчетности о результатах прохождения практики

На завершающей стадии прохождения практики каждый студент готовит письменный отчет.

Структурными элементами отчета по практике являются:

- титульный лист (Приложение А);
- задание на практику (Приложение Б);
- дневник прохождения практики (Приложение В);
- основная часть отчетов по практике в разрезе семестров (2 и 3 семестры) включает:

Содержание отчета (2 семестр)

Введение (цель и задачи практики)

Раздел 1 Общая характеристика деятельности организации

Раздел 2 Организация и управление деятельностью рекламной и PR-структуры в организации

2.1. Характеристика условий, влияющих на рекламную и PR-деятельность

2.2. Место и роль подразделения по рекламе и связям с общественностью, состав и принципы построения

2.3. Основные направления деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью

2.4. Функциональные обязанности сотрудников подразделения по рекламе и связям с общественностью

2.5. Оценка затрат и результатов деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью

2.6. Управление персоналом подразделения по рекламе и связям с общественностью

Заключение (выводы по результатам прохождения практики)

Приложения

1. Копии или скриншоты основных документов: Устава, планов, программ, положений, прайс-листов, пресс-релизов, главной страницы сайта и др.).

2. Полиграфическая продукция (каталоги, буклеты, проспекты, листовки, рекламные объявления и др.)

Содержание отчета (3 семестр)

Введение (цель и задачи практики)

Раздел 1 Общая характеристика деятельности организации

Раздел 2 Характеристика планирования и организации работы рекламной и PR-структуры

2.1. Характеристика планирования о организации рекламной и PR-деятельности в организации

2.3. Характеристика организации рекламной деятельности

2.3. Характеристика организации PR-деятельности

2.4. Характеристика использования новых форматов в рекламной и PR-деятельности.

2.5. Характеристика коммуникационного взаимодействия в работе с персоналом в рекламной и PR-деятельности:

Заключение (выводы по результатам прохождения практики)

Приложения

1. Копии или скриншоты основных документов: Устава, планов, программ, положений, прайс-листов, пресс-релизов, главной страницы сайта и др.).

2. Полиграфическая продукция (каталоги, буклеты, проспекты, листовки, рекламные объявления и др.)

К отчету по практике прикладывается отзыв руководителя от предприятия, на котором проходила практика (Приложение Г).

Пример рабочего графика (плана) проведения практики на 2 и 3 семестр очной формы обучения и.

1. Ознакомление с деятельностью организации

2. Изучение основных вопросов связанных с организацией и управлением рекламной и PR-деятельностью – ставится планируемая дата окончания работы

3.. Подготовка отчета – ставится дата представления отчета на кафедру

3.3. Порядок проведения промежуточной аттестации (по итогам практики)

В качестве формы контроля по практике предусмотрен зачет.

Описание оценочных средств для промежуточной аттестации по практике и критерии оценивания приведены в отдельном документе Фонд оценочных средств (приложение к программе практики).

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Основная учебная литература

1. Реклама : глубинные смыслы [Электронный ресурс]: / А.Н. Мудров - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 101 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=510844>

2. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс]: Учебное пособие/Шишова Н. В., Подопрigorа А. С., Акулич Т. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

3. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз [Электронный ресурс]: Учебное пособие / М.В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 312 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493362>.

4.2. Дополнительная учебная литература

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036>

2. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 296 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511984>

3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — Режим доступа:

<https://www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF>

4.3. Нормативно-правовые документы

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015) [Электронный документ].

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5896

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 25.11.2017) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) [Электронный документ]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

3. 3.Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 25.11.2017) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) [Электронный документ].

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/

4.5. Перечень ресурсов сети «Интернет»

1. Базы данных ИНИОН Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>

2. Библиотека образовательного портала «AUDITORIUM» Режим доступа: <http://www.auditorium.ru>
3. Библиотека образовательного портала «Экономика Социология Менеджмент» Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru>
4. Библиотека федерального портала «Российское образование» Режим доступа: <http://www.edu.ru>
5. Виртуальная библиотека ГПНТБ Режим доступа: <http://www.vlibrary.ru>
6. Научно-образовательный социологический ресурс Режим доступа: <http://www.sociology.net.ru>
7. Публичная интернет-библиотека Режим доступа: <http://www.public.ru>
8. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» Режим доступа: <http://school-collection.edu.ru>
9. Электронный каталог НГУЭУ Режим доступа: <http://virtua.nsaem.ru:8001/cgi-bin/gw/chameleon;>
10. Подписной каталог ЭБС Режим доступа: <http://znanium.com/>
11. Поисковые порталы Yandex, Googl, Rambler и др.
12. Справочная правовая система «Консультант Плюс» Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
13. Справочная правовая система «Гарант» Режим доступа: [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru)

4.6. Информационные технологии

При прохождении практики используется программный продукт Microsoft Office Standart, справочно-информационные системы «Гарант Максимум» и «Консультант Плюс».

4.7. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Для прохождения практики вуз располагает информационно-библиотечным комплексом. В библиотеке и компьютерных классах университета имеется возможность осуществления индивидуального доступа к системе обучающихся, имеется доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями научной литературы и специализированных периодических изданий, а также официальными, справочно-библиографическими изданиями, необходимыми для осуществления производственной деятельности по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» программе «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью». Компьютерные классы имеют необходимый комплекс программных средств и обеспечивают предоставление возможности каждому обучающемуся осуществлять выполнение различных заданий и проектов по дисциплинам магистерских программ.

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы магистратуры, включает в себя помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, ЭБС.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью
 Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью
 Направленность (профиль) Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Место прохождения практики: _____
(наименование организации, ее юридический адрес)

Сроки прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Выполнил:

Студент (ка) гр. _____	_____	_____
<small>номер группы</small>	<small>подпись, дата</small>	<small>И.О. Фамилия</small>

Руководитель практики

от профильной организации _____	_____	_____
<small>подпись, заверенная печатью, дата</small>	<small>И.О. Фамилия</small>	

Отчет защищен с оценкой _____

Дата защиты отчета «__» _____ 20__ г

Руководитель практики
от университета

_____	_____	_____
<small>ученая степень, должность</small>	<small>подпись, дата</small>	<small>И.О. Фамилия</small>

Новосибирск [год]



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью
 Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью
 Направленность (профиль) Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Выдано студенту(ке) _____ курса _____ группы

 (Ф.И.О. полностью)

Место практики _____
 (наименование предприятия)

Сроки прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Индивидуальное задание на практику, содержание, планируемые результаты:

Рабочий график (план) проведения практики

Этапы практики ¹	Период
1. Ознакомительный.	2 семестр очной формы обучения
2. Основной	3 семестр очной формы обучения
3. Подготовка отчета	

Задание выдано

Руководитель практики от университета

 (ученая степень, должность)

 (Ф.И.О. полностью)

«__» _____ 20__ г.

 (подпись)

Задание согласовано

Руководитель практики от профильной организации

 должность

 (Ф.И.О. полностью)

«__» _____ 20__ г.

 (подпись)

Задание получено

Студент(ка) _____

 (Ф.И.О. полностью)

«__» _____ 20__ г.

 (подпись)

¹ Заполняется разработчиком при формировании программы практики



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью
 Направление 42.04.01. Реклама и связи с общественностью
 Направленность (профиль) Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ
 Студента(ки) _____ курса, _____ группы

 (Ф.И.О. полностью)

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Место практики _____
 (наименование)

Сроки прохождения практики с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

Дата	Краткое описание видов работ	Отметка о выполнении
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка	
	
	
	Составление и оформление отчета по практике	
	Защита практики	

Студент(ка) _____
 (подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Содержание и объем выполненных работ подтверждаю.

Руководитель практики от профильной организации

 (подпись, заверенная печатью) (И.О. Фамилия)

Работы выполнены _____, содержание
 (в установленные сроки, с незначительным отступлением от сроков, сроки не соблюдены)

практики _____ индивидуальному заданию.
 (соответствует, не в полной мере соответствует, не соответствует)

Руководитель практики от университета

 (подпись) (И.О. Фамилия)



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

ОТЗЫВ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Вид практики: _____

Тип практики: _____

Студент(ка) _____

(Ф.И.О. полностью)

с «__» _____ 201__ г. по «__» _____ 201__ г. проходил(а) практику

в _____
наименование организации

Задание на практику студентом(кой) выполнено

(полностью и качественно, частично с отклонениями от норм качества, с грубыми нарушениями качества и сроков)

Студент(ка) _____ участвовал в процессе деятельности организации.

(активно, недостаточно активно, эпизодически, не участвовал)

Студент (ка) _____ умение применять теоретические знания на практике.
(показал(а)/не показал(а))

За время прохождения практики студент (ка) продемонстрировал освоенность компетенций на уровне:

Код компетенции	Содержание компетенции ²	Уровень освоения компетенции ³		
		низкий	средний	высокий
ПК-4	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность			
ПК-5	способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность			
ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации			
ПК-10	способностью применять перспективные			

² Заполняется разработчиком при формировании программы практики

³ Заполняется руководителем практики от предприятия

	теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга			
--	---	--	--	--

Студентом (кой) были проявлены следующие личные качества:

Итоговая оценка за практику _____
(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Руководитель практики
от профильной организации _____
(подпись, заверенная печатью, дата) _____
(И.О. Фамилия)