

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 25.06.2026 14:00:19
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2026 г., протокол УМС №5

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Производственная практика, преддипломная практика

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-26-1.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	216	Виды контроля в семестрах: зачет 8
в том числе:		
аудиторные занятия	0	
самостоятельная работа	216	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	Неделя		УП	РП
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Сам. работа	216	216	216	216
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):

Ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Производственная практика, преддипломная практика

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2026 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой канд.филол.наук, доцент Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целями производственной практики, преддипломной являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности; проведение теоретико-экспериментального исследования по теме дипломной работы будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью; совершенствование профессиональных исследовательских и практических умений и навыков; формирование профессиональной позиции, мировоззрения, стиля поведения, освоение профессиональной этики; сбор материала и подготовка основных разделов дипломного сочинения в рамках проекта рекламной или коммуникационной программы организации
1.2	Производственная практика, преддипломная практика может включать выполнение следующих практических заданий: участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы связей с общественностью; подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б2.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.1.2	Брендинг
2.1.3	Корпоративная культура
2.1.4	Консалтинг в связях с общественностью
2.1.5	Медиапланирование
2.1.6	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.1.7	Пресс-служба
2.1.8	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью
2.1.9	Копирайтинг
2.1.10	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.1.11	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.1.12	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.1.13	Производственная практика, профессионально-творческая практика
2.1.14	Бизнес-планирование
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью
2.2.2	Бизнес-планирование
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	

ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-3.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПК-3.3: Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
ПК-5.2: При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной
ПК-6.2: Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала
ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-7.2: Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-7.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта
ПК-8.1: Способен использовать цифровые технологии и инструменты работы с информацией с целью удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей
ПК-8.2: Способен ставить задачи и разрабатывать алгоритмы решения с использованием инструментов программирования
ПК-8.3: Способен использовать математические методы и модели для решения профессиональных задач и разработки новых подходов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основные особенности и круг профессиональных обязанностей копирайтера; методики анализа знаковых систем рекламных сообщений, приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов; литературные приемы используемые при создании слоганов; основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность процессы формирования и развития социальных институтов, их социальные роли и функции;
3.1.2	- способы создания инфоповодов;
3.1.3	- основные методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.1.4	- основные методы мониторинга обратной связи с разными целевыми аудиториями;
3.1.5	- основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;
3.1.6	- базовые принципы осуществления коммуникационных кампаний по созданию коммуникационного продукта в сфере корпоративной социальной ответственности;
3.1.7	- специфику и классификацию информационных продуктов, форматов и каналов массмедиа, социальных
3.1.8	- основные типовые алгоритмы проектирования в сфере рекламы, связей с общественностью;
3.1.9	- основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.1.10	- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации; основные направления деятельности пресс-службы, пиар-специалиста, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы и менеджера по рекламе и связям с общественностью;
3.1.11	- цифровые технологии и инструменты работы с информацией с целью удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей
3.1.12	- логику и алгоритмы инструментов программирования;
3.1.13	- математические методы решения профессиональных задач и разработки новых подходов
3.2	Уметь:
3.2.1	- классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, ориентироваться в семиотической природе рекламы, моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании; проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий -ориентироваться в научной литературе, посвященной вопросам современной рекламы, знать основные сайты информационных баз в сети Интернет;

3.2.2	- применять технологии создания инфоповодов на основе использования актуальных трендов и аналитики новостей;
3.2.3	- планировать разработку маркетинговых исследований для реализации коммуникационные продукты;
3.2.4	- планировать и вести мониторинг обратной связи с различными целевыми аудиториями;
3.2.5	- применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;
3.2.6	- ориентироваться в условиях и методах осуществления коммуникационных кампаний по обеспечению открытости компании и реализации корпоративной социальной ответственности;
3.2.7	- создавать и разрабатывать концепцию канала коммуникации, формат программы, продукта данного канала коммуникации;
3.2.8	- решать стандартные задачи профессиональной деятельности по организации коммуникации, по созданию и продвижению проектов и кампаний для широкой общественности;
3.2.9	- реализовать типовые проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.2.10	- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR- кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR -кампаний;
3.2.11	- планировать применение цифровых технологий и инструментов; использовать современные технические средства, проводить аналитику новостей, тем, материалов, сайтов, социальных сетей при удовлетворении личных, образовательных и профессиональных потребностей;
3.2.12	- планировать применение цифровых технологий и инструментов; использовать современные технические средства, проводить аналитику новостей, тем, материалов, сайтов, социальных сетей при удовлетворении личных, образовательных и профессиональных потребностей;
3.2.13	- способен ставить задачи и разрабатывать алгоритмы решения с использованием инструментов программирования;
3.2.14	- планировать, разрабатывать и ставить профессиональные задачи и предлагать новые подходы к их

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Организационный этап					
1.1	Организация установочной конференции на базе СурГУ (кафедра психологии ИГОиС) по проведению практики. Ознакомительная лекция, инструктаж по технике безопасности, охраны труда, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка. Организационные методические, педагогические, психологические установки. /Ср/	8	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	Заполнение журнала по ТБ и ОТ
	Раздел 2. Подготовительный					
2.1	Мероприятия по сбору, обработки и систематизации материала, наблюдение. Определение источников информации, направлений деятельности и плана практики. Разработка плана деятельности. /Ср/	8	60	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	наблюдатель
	Раздел 3. Производственный					
3.1	Выполнение индивидуальных занятий, необходимых для получения опыта работы по выбранной профессии. Организация и подготовка рекламных и PR-мероприятий. Обработка и анализ полученной информации. /Ср/	8	100	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	наблюдатель

	Раздел 4. Этап обработки и анализа полученной информации по выполненным					
4.1	Организация итоговой конференции. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации материала, наблюдение. Обработка и анализ полученной информации по выполненным заданиям. Проверка методических материалов и документации. Подготовка к выступлению на итоговой конференции. Проверка руководителем текста подготовленной документации, внесение коррективов. Обсуждение проблемных вопросов практики, обмен опытом. /Ср/	8	52	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	наблюдатель
4.2	/Зачёт/	8	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-5.2 ПК-6.2 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-4.2	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1	Защита отчета по практике

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник	Москва: Юрайт, 2024, [электронный ресурс]	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2024, [электронный ресурс]	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Беспалова И. В., Вилкова Е. В., Воскресенская Н. Г., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М., Селиверстова Ю. А., Фирулина Е. Г., Фортунатов А. Н., Щавелева М. Б., Фортунатова А. Н.	Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты. Часть 1: Учебно-методическое пособие	Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022, [электронный ресурс]	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1 Международный пресс-клуб

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1 Пакет прикладных программ Microsoft Office, операционная система Microsoft Windows.

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Информационно-правовой портал Гарант.ру - http://garant.ru/ , Справочно-правовая система «Консультант плюс» - http://consultant.ru/ .
---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Материально-техническое обеспечение определяется учреждением, на базе которого проводится учебная практика.
7.2	Если учебно-ознакомительная практика проходит на базе БУ ВО «Сургутский государственный университет» кафедра Психологии:
7.3	Методический кабинет № 316 с раздаточными материалами (комплексные методики, методички и т.п.);
7.4	Комплексы статистических пакетов для обработки данных. Компьютерный класс.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ПРАКТИКЕ**

Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01
	Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	Очная
Выпускающая кафедра	Психологии

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Для получения положительной оценки на зачете по дисциплине «Производственная практика, преддипломная практика» студенту необходимо подготовиться теоретически и практически. Для этого студент должен использовать результаты эмпирического исследования и анализ теоретических источников. Кроме того, необходимо прочитать рекомендованную преподавателем научную литературу.

Оцениваются итоги практики на основе представленных отчетов студентами. Оценка по итогам прохождения практики и защита отчета проставляется в ведомость в виде зачета: «зачтено» и «не зачтено».

Оценка результатов практики производится в соответствии со следующими критериями:

«зачтено» – студент полностью выполнил программу практики, своевременно подготовил отчет. В отзыве представителя базового учреждения отсутствуют замечания в адрес практиканта. Студент принял участие во всех предусмотренных научно-исследовательской практикой мероприятиях.

«не зачтено» – студент не выполнил программу практики либо выполнил только часть задания, не подготовил отчет, не подготовил доклад к итоговой конференции, не принял участие в итоговой конференции.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Оценочные средства должны позволять достоверно оценивать сформированность компетенций как целостного новообразования – комплекса способностей, используемых

для достижения социальных или профессиональных целей, отражающих результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.

Контроль уровней сформированности компетенции осуществляется с позиций оценивания составляющих ее частей по трехкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

При этом под указанными категориями понимается:

«знать» – воспроизводить и объяснять освоенный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;

«уметь» – решать типичные задачи на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;

«владеть» – решать усложненные задачи на основе приобретенных знаний, умений и навыков, в нетипичных ситуациях.

Оценка сформированных компетенций должна осуществляться в процессе наблюдения за выполнением программы практики, подготовкой, выполнением и защитой отчета, в полной мере раскрывающих особенности профессиональной деятельности обучающегося. При этом оцениваются правильность выполнения подготовительных и основных работ, промежуточные и конечные результаты. Оценивание компетенций проводится на основе оценки знаний, умений, навыков, опыта деятельности их формирующих. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности в полной мере находят свое отражение в материалах, собранных в процессе прохождения практики, решении задач практики, качестве выполнения и оформления отчета о прохождении практики, содержании доклада на его защите и ответах на вопросы.

Показатели оценивания компетенций, приобретаемых в результате прохождения практики, формируются из:

- показателей оценивания отчета;
 - показателей защиты отчета;
 - отзыва руководителя практики. Показатели оценивания отчета по практике:
- уровень освоения учебного материала;
 - уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
 - уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
 - уровень обоснованности и четкости изложения материала;
 - уровень оформления материала и соответствие требованиям стандарта, полнота представленного материала;
 - уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
 - уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
 - уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
 - уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее;
 - востребованность результатов практики на предприятии.

Обучающиеся оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике. Отчетные документы по практике включают:

- типовой дневник о прохождении практики;
- типовой титульный лист;
- отчет о прохождении практики;
- иные необходимые документы, поясняющего или уточняющего характера.

Требования к оформлению отчета по практике:

1. Титульный лист отчета по практике оформляется согласно образцу;
2. Текст печатается шрифтом «Times New Roman» размером 12 через 1 интервал;
3. Формат бумаги – А 4, поля сверху и снизу – 2 см, справа – 1,5 см, слева – 2,5 см;
4. Отчет сдается в папке.

Решение о соответствии сформированности компетенции обучающегося требованиям ФГОС и образовательной программы принимается руководителем практики от института на основании оценки каждого из показателей (формализованного описания оцениваемых параметров процесса или результата деятельности).

Уровни сформированности компетенций:

- 3 балла – высокий уровень сформированности;
- 2 балла – хороший уровень сформированности;
- 1 балл – частично сформированы;
- 0 баллов – не сформированы.

Критерии оценивания отчета

Показатели оценивания	Оценивание отчета	Оценивание защиты отчета
уровень освоения учебного материала	0-3	-
уровень умения использовать теоретические знания при выполнении практических задач	0-3	-
уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике	0-3	-
уровень обоснованности и четкости изложения материала	0-3	0-3
уровень оформления материала и соответствие требованиями стандарта	0-3	-
уровень умения ориентироваться в потоке информации, выделять главное	0-3	0-3
уровень умения четко формулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия	0-3	0-3
уровень умения определить, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий	0-3	0-3
уровень умения формулировать собственную позицию, оценку и аргументировать ее	0-3	0-3
Востребованность результатов практики на предприятии	0 или 3	-

Отзыв руководителя от предприятия учитывается в соответствии с выставленной оценкой по четырех-балльной системе следующим образом:

- ~ оценка «зачтено» - 2-3 балла;
- ~ оценка «не зачтено» - 0-1 балл.

Место проведения практики

Основными базами производственной практики, преддипломной являются: кафедра психологии СурГУ, структуры СурГУ, библиотеки Сургутского университета и г. Сургута (по возможности – других городов), коммерческие и частные организации различного типа в зависимости от специализации студентов, их конкретных научных и практических интересов, связанных с написанием дипломных работ, при условии заключения договора с организацией.

Предприятия, учреждения, организации города Сургута, Сургутского района и других городов ХМАО-Югры и РФ, работающие в различных сферах деятельности: здравоохранения, общепита, образования, культуры, спорта, администрации города, частного бизнеса, юриспруденции, управления, осуществляющие коммерческую, общественную, хозяйственную, административную, научно-исследовательскую, консалтинговую деятельность, предоставляющие услуги и товары физическим лицам и организациям.

Способ проведения практики

Способ проведения производственной практики, преддипломной: стационарная, выездная (если есть такая возможность и необходимость).

Форма проведения практики

Практика осуществляется непрерывно.

Особенности прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья при выборе места прохождения практик должно учитываться состояние здоровья студента и требования по доступности.

Согласно СТО-2.6.16-23 «Организация образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» согласно п. 7.9., заведующие кафедрами обеспечивают выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ОВЗ с учётом требований доступности для данных обучающихся. При определении места прохождения производственной практики необходимо учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учётом рекомендации медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места соответствии с характером нарушений, а также с учётом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.