Частное профессиональное образовательное учреждение

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ**



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**по УЧЕБНОЙ практике**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ**

**ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»**

**Специальность 42.02.01 «Реклама»**

|  |
| --- |
| **СОГЛАСОВАНО**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(наименование предприятия, места практики)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/(должностное лицо)«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.**МП** |

**Пермь 2025**

Составитель: ***Артемова Татьяна Александровна, председатель ЦК «Реклама»*** ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

***Поплавских Наталья Ростемовна, преподаватель*** ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Утверждено на заседании Цикловой комиссии ***«Реклама»***

Протокол № ***05 от 28.01.2025***

**ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»**: методические рекомендации по учебной практике для студентов специальности **42.02.01 «Реклама»** / сост. ***Артемова Т.А.*** – Пермь: ЧПОУ «Финансово-экономический колледж», ***2025*** .– 15 ***с***.

Методические рекомендации составлены в соответствии с рабочей программой учебной практики для студентов очной формы обучения специальности **42.02.01 «Реклама»*.***

©Т.А. Артемова, Н.Р. Поплавских, 2025.

© ЧПОУ «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ», 2025***.***

**СОДЕРЖАНИЕ**

[ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА \_\_4](#_Toc397694950)

[ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРАКТИКИ 5](#_Toc397694951)

[ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКОЙ 6](#_Toc397694952)

[КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ6](#_Toc397694952)

[ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ 8](#_Toc397694953)

[ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА 8](#_Toc397694954)

[СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 16](#_Toc397694955)

[ПРИЛОЖЕНИЯ ..17](#_Toc397694956)

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Уважаемые студенты!

Вы приступаете к прохождению учебной практики (далее – практики), которая является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 «Реклама», ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта».**

Учебная практика направлена на формирование умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей для последующего освоения обучающимися общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Практическая подготовка при проведении учебной практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Организация практики осуществляется в соответствии с Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020 года № 885/390 «О практической подготовке обучающихся», а также в соответствии с Порядком организации практической подготовки обучающихся от 22.09.2020 № 03/20-21, утвержденным приказом директора ЧПОУ «Финансово-экономический колледж» от 22.09.2020 № ОД-07/2.

В результате производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта студент осваивает профессиональные компетенции:

ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы

ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка

ПК 1.3 Проводить анализ конкурентов

ПМ 1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта обучающемуся необходимо сформировать и закрепить **навыки*:***

- проведения маркетинговых исследований.

 В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта обучающийся должен развить **умения:**

* использовать методы маркетингового анализа;
* использовать инструменты продвижения;
* формулировать цель и задачи проекта или исследования;
* формулировать актуальность и проблему исследования;
* обобщать, анализировать информацию;
* решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе
* информационной и библиографической культуры с применением информационно коммуникационных технологий;
* составлять план проекта или исследования;
* анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
* оформлять результаты проекта или исследования с помощью таблиц, текстового и иллюстративного материала;
* готовить доклад, устное выступление, мультимедийную презентацию;

В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта обучающийся должензакрепить **знания:**

* теоретические основы маркетинга;
* основные понятия, принципы и методы маркетинга;
* основные средства продвижения;
* основные термины и понятия маркетинговых исследований;
* структуру проектной или исследовательской работы, этапы работы, правила оформления результатов;
* основные методы и средства получения, хранения, переработки информации;
* этапы и способы презентации результатов исследования;
* задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате производственной практики студент осваивает общие компетенции:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование общих компетенций**  |
| ОК 01. | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| ОК 02. | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |

Учебная практика проводится после изучения профессионального модуля **ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»**

Продолжительность практики составляет – 36 часов или одна неделя.

В ходе прохождения практики студент должен выполнить в полном объеме все представленные задания.

В установленный срок, согласно расписанию, сдать отчет (выполненные задания и необходимые документы по практике) руководителю практики от колледжа.

#

# ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРАКТИКИ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование ПМ и МДК** | **Содержание учебного материала** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
|  | Содержание учебной практики | 36 |  |
| **ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»**МДК 1.1 МаркетингМДК 1.2 Маркетинговые исследования |  |  |  |
| 1. Определение емкости и доли рынка
2. Определение конкурентов
3. Определение цели рекламного мероприятия и его формы
4. Определение целевой аудитории рекламного мероприятия. Проведение сегментации и описание поведенческого портрета потенциального потребителя

Подготовка маркетингового исследования в форме анкетирования/опроса | 424620 | 3 |
|  **Всего:** | 36 |  |

#

# ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКОЙ

Руководитель практики от колледжа выдает студентам методические рекомендации, проводит инструктаж о порядке прохождения практики, выполнении заданий, проводит консультирование по вопросам содержания и последовательности написания отчета по практике, оказывает помощь в подборе необходимой литературы.

*При прохождении практики студент обязан:*

- подчиняться действующим правилам внутреннего распорядка;

- изучить и строго соблюдать правила охраны труда и промышленной безопасности, производственной санитарии, действующие на предприятии;

- полностью выполнить индивидуальное задание, предусмотренные программой практики;

- выполнять задания руководителя практики;

- составить отчет по практике с обязательным приложением аттестационного листа;

- защитить отчет по практике, в установленные расписанием сроки.

**Контроль и оценка результатов освоения практики**

Промежуточная аттестация по практике: дифференцированный зачет.

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики от Колледжа в процессе наблюдения, а также по итогам выполнения обучающимся заданий.

Оценка заданий производится очно, с участием экзаменуемого по 5-ти бальной системе.

 Оценка работы студента за практику основывается на качестве доклада, правильности оформления и качестве содержания отчёта, ответах на вопросы, деятельности в период практики. Оценка одновременно проставляется в зачётной книжке и зачётной ведомости.

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка | Критерии |
| **5 (отлично)** | Изложение материалов полное, последовательное, грамотное. Отчет написан аккуратно. Задание по практике (задачи) выполнены на высоком уровне, без замечаний. Приложения (и/или графики, диаграммы, таблицы) логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена в полном объеме.  |
| **4 (хорошо)** | Изложение материалов полное, последовательное в соответствии с требованиями программы. Допускаются незначительные замечания по качеству выполнения задания по практике. Допускаются единичные грамматические и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения (и/или графики, диаграммы, таблицы) в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.  |
| **3 (удовл.)** | Изложение материалов полное. Нарушены логические связи в материалах отчета. Существенные замечания по качеству выполнения задания по практике. Оформление неаккуратное. Текстовая часть отчета не везде связана с приложениями (и/или графиками, диаграммами, таблицами). Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.  |
| **2 (неуд.)** | Изложение материалов неполное, бессистемное. Существуют ошибки, оформление неаккуратное. Приложения (и/или графики, диаграммы, таблицы) отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена. |

Студенты, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики или получившие неудовлетворительную оценку, считаются имеющими академическую задолженность. В случае уважительной причины, студенты повторно направляются на практику, в свободное от учебы время.

# ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

В целях приобретения навыков самостоятельного проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта предлагаем выполнить задания:

1. Выбрать бренд или сферу деятельности для создания рекламного мероприятия. Определить емкость и долю рынка, определить конкурентов (ПК 1.2, ПК 1.3).
2. Определить цель рекламного мероприятия, его форму (ПК 1.4).
3. Определить целевую аудиторию рекламного мероприятия. Провести сегментацию и описать поведенческий портрет потенциального потребителя (ПК 1.1).
4. Подготовить материалы к проведению анкетирования участников рекламного мероприятия: определить цель анкетирования, разработать анкету (не менее 10 вопросов), описать этапы проведения опроса, технологию формирования выборки и обработки его результатов. Провести тестирование (апробацию) опроса. В приложении к отчету представить 2-3 заполненных респондентами анкеты (ПК 1.4).

Дополнительная информация к заданию 4:

**Памятка «Структура анкеты»**

Текст анкеты должен состоять из 5 блоков: преамбулы, паспортички, основной части (вопросов), детектора, завершающей части.

Преамбула начинается с приветствия, либо обращения к респонденту. Далее в преамбуле указывается цель исследования, и кто его проводит. Может подчеркиваться анонимность опроса и, если необходимо, приводится инструкция по заполнению анкеты.

Паспортичка состоит из вопросов, призванных охарактеризовать самого опрашиваемого. Обычно сюда включают вопросы о возрасте, поле, семейном положении, образовании, профессии, доходах. Паспортичку помещают либо в начале анкеты, либо в конце. Паспортичка необходима для того, чтобы составить социально-демографический портрет респондентов и провести анализ анкетирования с учетом характеристики людей, участвующих в исследовании.

Самые распространенные ошибки при формулировке вопросов паспортички:

- автор анкеты пытается поместить максимальное количество вопросов о респонденте, часть из которых никак не связаны с целью исследования. В этом случае у респондента может появиться ощущение, что одна из целей анкетирования – сбор личных данных.

- вопрос сформулирован некорректно. Например, Ваш возраст: 15-25 лет, 25-35 лет, 35-45 лет (границы возрастных интервалов наслаиваются друг на друга).

- вопрос нарушает нормы этики. Например, Укажите Вашу заработную плату.

Основная часть анкеты включает в себя вопросы, необходимые для достижения цели исследования. Составление анкеты требует тщательной проработки последовательности вопросов. Каждый вопрос должен работать на достижение исследовательских целей. Рекомендуется первыми поставить вопросы, пробуждающие интерес к заполнению анкеты и не вызывающие затруднений; вопросы, на которые респондент ответит быстро, особо не задумываясь (чаще всего, это закрытые, шкальные вопросы). Наиболее сложными считаются открытые вопросы, которые, целесообразно разместить в завершении анкеты. С одной стороны, эти вопросы обычно максимально помогают в достижении цели исследования, но, с другой стороны, если таких вопросов в анкете будет много, это может увеличить процент «отсева» анкет, когда респондент на часть вопросов либо совсем не ответит, либо ответит формально, пытаясь ускорить процесс заполнения анкеты. Следует помнить, что открытые вопросы являются наиболее сложными в обработке материалов исследования.

Распространенные ошибки основной части анкеты:

- формулировка вопроса наводит на один вариант ответа;

- вопрос сформулирован некорректно, непонятно, имеет двойственное значение;

- вопрос затрагивает достоинство, самолюбие респондента, вызывает негативную реакцию;

- вопрос сформулирован по теме исследования, но не даст информации для достижения цели анкетирования;

- структурно в анкете выделено мало места для формулировки ответов на открытые вопросы;

- использование в вопросах специальной терминологии, которой может не владеть респондент;

- закрытые вопросы не содержат все возможные варианты ответов. В этом случае рекомендуется оставлять свободную строку, чтобы респондент мог дать свой ответ на вопрос.

Детектор включает вопросы, призванные проверить внимательность заполнения анкеты, откровенность, честность респондента. Эта часть анкеты не является обязательной. Она может присутствовать в больших по объему вопросов анкетах. Предполагает размещение одних и тех же по смыслу вопросов в разных частях анкеты.

Завершающая часть анкеты состоит из благодарности респонденту за участие в исследовании. Рекомендуется дать в этой части информацию о том, где и в какое время можно будет ознакомиться с результатами исследования. Это знак уважения к респонденту, времени, которое он выделил для участия в исследовании. Результаты исследования рекомендуется размещать на сайте организации, которая проводит исследование. Это дает возможность респонденту не только ознакомиться с результатами исследования, но и расширяет возможности знакомства с компанией.

# Подробные требования к планированию и проведению анкетирования/опросов изложены в литературе, указанной в разделе «СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ».

Для создания интерактивного опроса рекомендуем воспользоваться конструктором Yandex Forms: <https://forms.yandex.ru/admin/?utm_campaign=teaser&utm_source=success&utm_content=slider>

# ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА

После прохождения учебной практики студент оформляет текстовый отчёт, в котором обобщает результаты практики.

В текстовом отчёте должны быть представлен текст самого задания и ответ на него.

**Структура отчета:**

* титульный лист (приложение 1);
* содержание;
* ведение 1 – 2стр.;
* текстовая часть отчета – от 10 стр.;
* заключение 1 - 2 стр.;
* список использованных источников;
* приложения.

В качестве приложения к отчету о практике необходимо представить 2-3 заполненных респондентами анкеты Кроме того, обучающийся может при необходимости прикладывать графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

**Текст работы** следует печатать, соблюдая следующие требования:

* поля: левое - 30 мм, правое -15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;
* шрифт - 14 кегль, Times New Roman;
* межстрочный интервал – полуторный;
* отступ красной строки – 1,25;
* выравнивание основного текста по ширине.

К отчету должны быть приложены;

- **аттестационный лист**, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных и общих компетенций (приложение 2).

В отчете указывается место проведения практики - ЧПОУ «Финансово-экономический колледж».

Отчётная документация по учебной практике предоставляется руководителю практики от колледжа в бумажном виде.

#

# СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

**Нормативно-правовые акты**

# 1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных»

***Основная литература***

1. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (дата обращения: 04.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.
2. Новожилов, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебное пособие для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» : [16+] / А. М. Новожилов ; Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Гуманитарный институт, Кафедра «Политология, история реклама и связи с общественностью». – Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2018. – Часть 2. – 82 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703334> (дата обращения: 04.02.2025). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
3. Белановский, С. А. Глубокое интервью и фокус-группы : учебник по качественным методам социологического опроса / С. А. Белановский. – Изд. 3-е, перераб. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 456 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688888> (дата обращения: 16.05.2023). – Библиогр.: с. 449-453. – ISBN 978-5-4499-3109-2. – Текст : электронный.

***Электронные ресурсы***

1. <https://www.consultant.ru/> – «Консультант Плюс»

#

# ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

|  |
| --- |
| **Частное профессиональное образовательное учреждение**  **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

|  |
| --- |
| **Учебная практика** |
| (указать вид практики)ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» |

|  |
| --- |
| (индекс и наименование профессионального модуля)ЧПОУ «Финансово-экономический колледж» |
| (место прохождения практики: наименование юридического лица) |
|  |
| (период прохождения практики) |

|  |  |
| --- | --- |
| Студента (ки) |  |
| группы | (ф.и.о. полностью в родительном падеже) |
|  | (номер группы)«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |
| Руководитель  |  |
|  | (ф.и.о. полностью)«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |
| Оценка |  |
|  |  |
|  | (подпись руководителя (без расшифровки) |

Пермь 20\_\_\_

Приложение 2

|  |
| --- |
| **Частное профессиональное образовательное учреждение**  **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

|  |
| --- |
| **аттестационный лист по практике**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*Фамилия, Имя, Отчество*студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группы по специальности «42.02.01 Реклама».прошел(а) учебную практику по профессиональному модулюПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»с «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. в организацииЧПОУ «Финансово-экономический колледж»*наименование организации* |
| 1. **Оценка профессиональных компетенций по результатам прохождения практики:**
 |
| ПК | Виды работ  | Показатели оценки результата | Оценка\***(Нужное обвести)** |
| ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы | Маркетинговые исследования | Целевую аудиторию рекламного мероприятия определена верно. Сегментация проведена верно. Поведенческий портрет потенциального потребителя описан верно. | 5 4 3 2 |
| ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка | Маркетинговые исследования | Емкость и доля рынка определена верно. | 5 4 3 2 |
| ПК 1.3 Проводить анализ конкурентов | Маркетинговые исследования | Конкуренты определены верно. | 5 4 3 2 |
| ПМ 1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | Маркетинговые исследования | Цели и задачи рекламного мероприятия определены и сформулированы верно.Материалы анкетирования разработаны в соответствии с целями и задачами.Материалы анкетирования разработаны в соответствии с требованиями, предъявляемыми к проведению опросов. | 5 4 3 2 |
| \*Критерии оценки освоения профессиональных компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| «5» | *студент демонстрирует высокий уровень знаний, выполняет требуемые виды работ уверенно и без ошибок, имеет* *высокую мотивацию в выполнении профессиональных видов работ.*  |
| «4» | *студент демонстрирует высокий уровень знаний, выполняет требуемые виды работ неуверенно, с возникающими**ошибками справляется самостоятельно, имеет высокую мотивацию в выполнении профессиональных видов работ.* |
| «3» | *студент демонстрирует достаточный уровень знаний, при выполнении работ допускает ошибки и исправляет их* *при помощи специалиста, мотивация при выполнении работ приемлемая.* |
| «2» | *не имеет знаний для выполнения указанного вида работ, отсутствует мотивация при выполнении профессиональных**работ* |

 |
| 1. **Оценка общих компетенций по результатам прохождения практики:**
 |
| ОК | Показатели оценки результата | Оценка\***(Нужное обвести)** |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; | Способен самостоятельно генерировать решения применительно к различным контекстам  | 5 4 3 2 |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; | Самостоятельно работает с различными источниками информации, обладает способностью преобразовывать информацию  | 5 4 3 2 |
| ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; | Высокая способность и мотивация в планировании собственного профессионального и личностного развития | 5 4 3 2 |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; | Высокая способность к работе в команде, признанию чужого мнения и аргументации своей позиции | 5 4 3 2 |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; | Свободно, грамотно осуществляет устную и письменную коммуникацию, ясно и логично излагает свою точку зрения | 5 4 3 2 |
| ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; | Проявляет сформированность российской гражданской идентичности, патриотизма, чувства гордости за свою Родину | 5 4 3 2 |
| ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; | Демонстрирует высокую заинтересованность в сохранении окружающей среды, ресурсосбережению | 5 4 3 2 |
| ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности; | Активно использует средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности | 5 4 3 2 |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. | Использует необходимую документацию для осуществления профессиональной деятельности | 5 4 3 2 |
| Дополнительные личностные качества: |  |
| Рекомендуемая оценка по практике (на основании оценённых профессиональных и общих компетенций): |  |

Подпись руководителя практики

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 ФИО, должность