

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления

проф., д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«13» июня 2022 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
вид практики

профессионально-творческая
тип практики

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург –2022

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

старший преподаватель
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

10.06.2022

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62
«13» июня 2022 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)


(подпись, дата)

13.06.2022

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(02)

проф., д.э.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

13.06.2022

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

13.06.2022

И.М. Евдокимов
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Производственная профессионально-творческая практика входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы подготовки обучающихся по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Организацию и проведение практики осуществляет кафедра №62.

Цель проведения производственной практики:

(вид практики)

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- получение обучающимися необходимых профессиональных умений, навыков и опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- практическое участие студентов в деятельности профильного предприятия;
- участие в работе основных служб и отделов предприятий;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;
- приобщение к социальной среде профильного предприятия;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной работы в сфере будущей профессиональной деятельности.
- получение первичных умений и навыков научно-исследовательской работы;
- создание информационно-аналитической базы по разработке курсовых работ и выпускной квалификационной работы;

Задачи проведения производственной практики:

(вид практики)

- изучение структуры организаций/компаний, направлений деятельности подразделений;
- анализ функций специалиста отдела рекламы/отдела по связям с общественностью организации / компании;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий организации / компании;
- сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

Производственная профессионально-творческая практика обеспечивает формирование у обучающихся следующих

универсальных компетенций:

УК-6 «Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни»;

профессиональных компетенций:

ПК-4 «Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта»;

ПК-6 «Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций»

Содержание практики охватывает круг вопросов, связанных с формированием и закреплении умений и навыков применения теоретических знаний, полученных в процессе обучения для решения практических и прикладных задач.

Промежуточная аттестация по практике осуществляется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по итогам практики. Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения русский.

1. ВИД, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Вид практики – производственная

1.2. Тип практики – профессионально-творческая

1.3. Форма проведения практики – проводится:

– *дискретно по периодам проведения практики (в учебном графике чередуются периоды учебного времени для теоретического обучения и для практики. Например, практики нескольких видов совместно проводятся в течение семестра, или практики нескольких видов совместно проводятся в конце семестров 2, 4, 6 и 8);*

– *допускается сочетание дискретного проведения практик по их видам и по периодам (Например, только учебная практика проводится в течение семестра, или только производственная практика проводится в конце семестров 4, 6 и 8).*

1.4. Способы проведения практики – *стационарная – производится в любой организации СПб и города, в котором расположен филиал, включая ГУАП;*

1.5. Место проведения практики – ГУАП или профильные организации.

2. ЦЕЛЬ И ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

2.1. Цель проведения практики

Целью проведения производственной профессионально-творческой практики является более углубленное изучение специальных дисциплин и дисциплин специализаций на основе приобретения практического опыта, закрепление полученных компетенций и навыков исследовательской и практической работы.

В ходе производственной практики происходит закрепление и углубление теоретической подготовки студента, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

2.2. В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.В.1 владеть навыками определения приоритетов личностного роста; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
Профессиональные компетенции	ПК-4 Способен осуществлять авторскую	ПК-4.В.1 владеть навыком создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

	деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Профессиональные компетенции	ПК-6 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.В.1 владеть основными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика может базироваться на знаниях, умениях и навыках, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Маркетинг в профессиональной деятельности,
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ,
- Менеджмент в профессиональной деятельности,
- Теория и практика рекламы,
- Тайм-менеджмент,
- Организация связей с общественностью,
- Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью),
- Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью.

Результаты прохождения данной практики, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин и прохождения практик:

- Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью),
- Digital-технологии в рекламе и PR,
- Планирование и проведение коммуникационных кампаний,
- Антикризисные коммуникации,
- Медиаменеджмент,
- Немедийные коммуникации,
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью,
- Производственная преддипломная практика,
- Государственная итоговая аттестация.

4. ОБЪЕМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ

Объем и продолжительность практики представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и продолжительность практики

Номер семестра	Трудоемкость, (ЗЕ)	Продолжительность практики в неделях (академ. часах ¹)	Практическая подготовка, (академ. час)
1	2	3	4
6	3	2	80
Общая трудоемкость практики, ЗЕ	3	2	80

Примечание:

¹ – продолжительность указывается в часах при реализации распределенного по семестру проведения практики

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Промежуточная аттестация по практике проводится в виде дифференцированного зачета.

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

График (план) прохождения практики представлен в таблице 3.

Таблица 3 – График (план) прохождения практики

№ этапа	Содержание этапов прохождения практики
1	<i>Выдача индивидуального задания. Инструктаж по технике безопасности</i>
2	<i>Выполнение индивидуального задания – *(представлены примерные темы индивидуальных заданий для студентов)</i>
2.1	Характеристика, структура предприятия или рекламного агентства
2.2	Цели, задачи и функции PR на предприятии или рекламном агентстве
2.3	Разработка и реализация рекламных или PR-кампаний, на основании проведенного исследования для решения поставленной проблемы.
3	<i>Оформление отчета по практике</i>
4	<i>Проверка и защита отчета по практике</i>

* Во время производственной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности;
- применять приемы профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;
- выполнять работу PR-специалиста,
- самостоятельно осуществлять большинство видов рекламной деятельности в конкретной сфере;
- осуществлять квалифицированный анализ и обработку информационных материалов;
- организовывать деловую коммуникацию с коллегами, клиентами и широкой общественностью;
- организовывать работу со СМИ;
- планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные

кампании;

- владеть навыками социального и политического маркетинга;
- уметь организовывать и вести протокольно-деловые мероприятия;
- оказывать помощь PR-специалистам в их работе;
- составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей;
- планирование и организация BTL-акций;
- разработка пакета презентационных материалов для участия в выставке и работа

на стенде;

- участие в составлении программы исследования и проведении опросов, мониторинга СМИ и пр.;

- разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение;
- составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;
- планирование и проведение рекламной и PR-кампании;
- разработка корпоративного сайта компании в Интернет и обновлении информации на сайте;

информации на сайте;

- поиск клиентов и ведение клиентской базы;
- разработка программы и проведение маркетингового или рекламного исследования;

- изготовление и размещение рекламной или PR-продукции;
- составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;
- разработка и проведение промо-акции;
- разработка сайта;
- разработка элементов фирменного стиля;
- организация события;
- иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

Отчет по производственной практике может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.

6. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Промежуточная аттестация по практике осуществляется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по итогам практики.

Отчет по практике составляется в соответствии с РДО ГУАП. СМК 3.161.

Отчетная документация по практике обязательно содержит:

Индивидуальное задание по практике (Приложение Б - РДО ГУАП. СМК 3.161.).

Отчет о прохождении практики, включающий в себя:

- титульный лист (Приложение В - РДО ГУАП. СМК 3.161);
- индивидуальное задание;
- отзыв руководителя (характеристика) от профильной организации о практике обучающегося

– материалы о выполнении индивидуального задания, содержательную часть отчета по практике;

- выводы по результатам практики;
- список использованных источников.

Отзыв руководителя (характеристика) от профильной организации о практике обучающегося (в случае прохождения практики в профильной организации) (Приложение Г - РДО ГУАП. СМК 3.161).

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится в форме дифференцированного зачета, по четырехбалльной системе и выполняется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по результатам прохождения практики.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Состав оценочных средств приведен в таблице 4.

Таблица 4– Состав оценочных средств для промежуточной аттестации по практике

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Дифференцированный зачет	Вопросы для оценки уровня сформированности компетенций по соответствующему виду и типу практики ¹
	Требования к оформлению отчета по практике
	Требования к содержательной части отчета по практики на основании индивидуального задания

Примечание:

¹ – при наличии

7.2. Аттестация по итогам практики проводится руководителем практики от ГУАП в форме дифференцированного зачета в порядке, предусмотренном локальными нормативными актами ГУАП и в соответствии с критериями оценки уровня сформированности компетенций п.7.3 настоящей программы.

7.3. Для оценки критериев уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала, которая приведена таблице 5. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 5 – Шкала оценки критериев уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – делает выводы и обобщения; – содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему; – обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся ясно и аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – делает выводы и обобщения; – содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему; – обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся выделяет основные результаты своей

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	профессиональной деятельности; – обучающийся аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«удовлетворительно»	– обучающийся усвоил материал при прохождении практики; – не четко излагает его и делает выводы; – содержание отчета по практике обучающегося не полностью соответствует требованиям к нему; – обучающийся не до конца соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся недостаточно точно выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся не использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«неудовлетворительно»	– обучающийся не усвоил материал при прохождении практики; – содержание отчета по практике обучающегося не соответствует требованиям к нему; – обучающийся не соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся не может выделить основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся не может аргументировано излагать материал; – отсутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся не может использовать профессиональную терминологию при защите отчета по практике.

7.4. Перечень вопросов для оценки индикаторов достижения компетенций и уровня сформированности компетенций по соответствующему виду и типу практики представлен в таблице 6 (при наличии).

Таблица 6 – Перечень вопросов для оценки индикаторов достижения компетенций и уровня сформированности компетенций

№ п/п	Перечень вопросов для оценки индикаторов достижения компетенций и уровня сформированности компетенций	Код компетенции	Код индикатора
	Не предусмотрено.	УК-6	УК-6.В.1
		ПК-4	ПК-4.В.1
		ПК-6	ПК-6.В.1

7.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов компетенций:

– МДО ГУАП. СМК 3.165 «Методические рекомендации о разработке фонда оценочных средств образовательных программ высшего образования»;

– МДО ГУАП. СМК 2.77 «Положение о модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы обучающихся в ГУАП».

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ И
ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ
ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

8.1. Печатные и электронные учебные издания

Перечень печатных и электронных учебных изданий, необходимой для проведения практики, приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
65 Р 36	Реклама, PR и сервис [Текст] : Терминологический словарь / С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения ; сост. А. Е. Демина [и др.] ; ред. А. Н. Волкова. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2014. - 115 с.	25
http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513272	Маркетинг / Ким С.А. - М.:Дашков и К, 2017. - 260 с..	
http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411352	Бизнес-планирование на предприятии / Дубровин И.А., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 432 с.	
http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354029	Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 538 с.	
https://znanium.com/catalog/product/915406	Кин, Э. Ничего личного: Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные / Кин Э. - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 224 с.: ISBN 978-5-9614-5128-3. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1053378	Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/100	Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в	

2559	социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1068921	Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1093717	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 16-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 538 с. - ISBN 978-5-394-03909-6. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1093170	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 326 с. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1044528	Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В. Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/953324	Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: https://doi.org/10.12737/01756-2 . - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1020209	Блюм, М. А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 144 с. — (Среднее профессиональное образование). -	

	ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1844283	Рекламная деятельность : учебник / под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 282 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1002563	Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с.	

8.2. Электронные образовательные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики, представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

URL адрес	Наименование
Znanium.com	Электронная библиотека
www.sovetnik.ru	Профессиональный pr-портал
www.soob.ru	"Со-Общение" - ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтингу, брэндингу, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических исследований
www.prsa.org	Public Relations
http://www.sostav.ru/	Новостной портал о рекламе, маркетинге и pr
http://www.raso.ru/	Российская ассоциация по связям с общественностью

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

9.1. Перечень программного обеспечения

Перечень программного обеспечения, используемого при проведении практики, представлен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows, Microsoft Office

9.2. Перечень информационных справочных систем

Перечень информационных справочных систем, используемых при проведении практики, представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА,
НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики, представлено в таблице 11.

Таблица 11 – Материально-техническая база

№ п/п	Наименование материально-технической базы
1	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
2	Производственные помещения предприятия

Лист внесения изменений в рабочую программу практики

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой