

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

**ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Кафедра маркетинга и рекламы

## **ПРОГРАММА**

**практики по получению профессиональных умений и опыта  
профессиональной деятельности (педагогическая практика)**

Направление **38.04.02 «Менеджмент»**,  
направленность: **«Маркетинг»**

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения очно-заочная, заочная

Программа практики адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

**Программа практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)**

**Составители:**

Канд. экон. наук, доцент Гуриева М.Т.

Канд. физ.-мат. наук, доцент Пратусевич В.Р.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

Маркетинга и рекламы

№\_11\_\_ от\_\_19.06.2019\_\_

## 1. Оглавление

1	Пояснительная записка.....	4
1.1	Цель и задачи практики.....	4
1.2	Вид (тип) практики.....	4
1.3	Способы, формы и места проведения практики.....	4
1.4	Вид (виды) профессиональной деятельности.....	5
1.5	Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
1.6	Место практики в структуре образовательной программы.....	9
1.7	Объем практики.....	10
2	Содержание практики.....	10
3	Оценка результатов практики.....	10
3.1	Формы отчётности.....	10
3.2	Критерии выставления оценки по практике.....	13
3.3	Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	15
4	Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	16
4.1	Список источников и литературы.....	16
4.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ...	19
5	Материально-техническая база, необходимая для проведения практики.....	20
6	Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	21
	Приложение 1 АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	24
	<b>Приложение 2 График прохождения практики.....</b>	<b>26</b>
	<b>Приложение 3 Образец титульного листа отчета по педагогической практике .....</b>	<b>27</b>
	Приложение 4 ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	28
	Приложение 5 ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ	

# **1 Пояснительная записка**

## **1.1 Цель и задачи практики**

*Цель практики:*

Основной целью практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогической практики) является закрепление теоретических знаний и получение необходимого практического опыта преподавательской деятельности в ВУЗе

*Задачи практики:*

- совершенствование умений и навыков наблюдения за учебно-педагогическим процессом и анализа его результатов;
- овладение методами, приемами и средствами проведения лекционных и семинарских занятий со студентами (бакалаврами) факультета рекламы и связей с общественностью, а также навыками подготовки учебно-методического обеспечения для данных видов учебной работы.
- приобретение и закрепление навыков учебно-организационной работы
- воспитание этики и стиля преподавательской деятельности
- обучение умению ставить цели и формировать профессиональные задачи;
- осуществление кооперации с коллегами по работе.

## **1.2 Вид (тип) практики.**

Вид практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности – педагогическая практика Б2.В.04(П) является частью блока «Практики, в том числе научно-исследовательская работа» учебного плана подготовки магистров по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерской программы «Маркетинг». Практика реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ.

## **1.3 Способы, формы и места проведения практики**

Способы проведения практики:

**Стационарная и выездная.**

Формы проведения практики:

**Дискретно**, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практик.

В соответствии с рабочим учебным планом и календарным учебным графиком прохождение практики предусмотрено в объеме 108 часов (3 ЗЕТ) - на 2 курсе в 3 семестре. Конкретные сроки прохождения учебной практики устанавливаются приказом по РГГУ в соответствии с календарным учебным графиком.

Место проведения практики:

Местом проведения педагогической практики магистрантов является кафедра маркетинга и рекламы РГГУ (проводимые данной кафедрой дисциплины для бакалавриата).

Для выполнения индивидуальных заданий по Программе практики студентам-магистрантам на кафедре выделяются рабочие места.

#### 1.4 Вид (виды) профессиональной деятельности

Педагогическая

Научно-исследовательская

#### 1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Педагогическая практика направлена на формирование следующих компетенций по направлению подготовки **38.04.02 «Менеджмент»**, направленность «Маркетинг»:

№ п/п	Код компетенции	Планируемые результаты освоения ОП (компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
<b>Общекультурные компетенции</b>			
1.	ОК-2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>организационную структуру организации, роль, функции и задачи менеджеров по маркетингу, рекламе, сбыту в современных организациях;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты, направленные на развитие организации;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>маркетинговыми подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации - методами и инструментами управления операционной деятельностью организации.</li> </ul>

2.	ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основы педагогической деятельности;</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин;</li> <li>• применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин;</li> <li>• разрабатывать методы контроля и оценки успеваемости студентов</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• педагогическими методами и приемами;</li> <li>• традиционными и интерактивными формами проведения занятий;</li> </ul> основными методами планирования и организации преподавательской деятельности
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
3.	ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организационную структуру организации, роль, функции и задачи менеджеров по маркетингу, рекламе, сбыту в современных организациях;</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организовать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб;</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методами организации электронных коммуникаций;</li> <li>• методами мотивации и стимулирования персонала маркетинговых подразделений организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</li> </ul>
4.	ОПК-2	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• базовые принципы внутреннего маркетинга</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать знание принципов внутреннего маркетинга для руководства коллективом в своей профессиональной сфере</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методами организации эффективных внутрифирменных коммуникаций</li> </ul>
5	ОПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования,	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методы маркетинговых исследований;</li> </ul>

		обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методы сбора и анализа маркетинговой информации;</li> <li>• методы маркетингового анализа;</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать результаты исследований для подготовки учебных материалов;</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• специальной терминологией;</li> </ul>
<b>Профессиональные компетенции</b>			
6.	ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• специфику работы предприятия в различных отраслях и сферах деятельности;</li> <li>• виды управленческих решений в сфере маркетинга и методы их принятия.</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организовать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб;</li> <li>• оценивать эффективность управленческих решений организации.</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методами организации электронных коммуникаций;</li> <li>• методами планирования деятельности организации и ее структурных подразделений.</li> </ul>
7.	ПК-2	способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• специфику работы предприятия в различных отраслях и сферах деятельности;</li> <li>• организационную структуру организации, роль, функции и задачи менеджеров по маркетингу, рекламе, сбыту в современных организациях;</li> </ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организовать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб;</li> <li>• разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты, направленные на развитие организации;</li> <li>• применять различные стратегии и методы маркетинговых коммуникаций;</li> </ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• статическими, математическими и количественными методами оценки условий и последствий принятий управленческих решений;</li> <li>• маркетинговыми подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации - методами</li> </ul>

			и инструментами управления операционной деятельностью организации; • методами планирования деятельности организации и ее структурных подразделений.
8	ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<b>Знать:</b> • алгоритм планирования и проведения исследования; • основные методы анализа; <b>Уметь:</b> • составлять план исследования в соответствии со сформулированной целью; • анализировать полученные результаты для подготовки лекционного материала; <b>Владеть:</b> • приемами сбора и анализа данных в рамках разработанной программы
9.	ПК-6	способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<b>Знать:</b> • экономическое регулирование деятельности предприятия; <b>Уметь:</b> • анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг; • использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; • разрабатывать стратегию сбытовой деятельности предприятия (организации); <b>Владеть:</b> • статистическими, математическими и количественными методами оценки условий и последствий принятий управленческих решений; • маркетинговыми подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации - методами и инструментами управления операционной деятельностью организации;
10.	ПК-7	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<b>Знать:</b> • виды управленческих решений в сфере маркетинга и методы их принятия. <b>Уметь:</b> • использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; <b>Владеть:</b>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками использования основных нормативных документов, определяющих порядок составления отчетов о проведенных исследованиях;</li> <li>• методами организации электронных коммуникаций;</li> </ul>
11.	ПК-9	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организационную структуру организации, роль, функции и задачи менеджеров по маркетингу, рекламе, сбыту в современных организациях;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты, направленные на развитие организации;</li> <li>• применять различные стратегии и методы маркетинговых коммуникаций;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• маркетинговыми подходами к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации - методами и инструментами управления операционной деятельностью организации.</li> </ul>
12.	ПК-10	способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основы педагогической деятельности;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин;</li> <li>• применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин;</li> <li>• разрабатывать методы контроля и оценки успеваемости студентов</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• педагогическими методами и приемами;</li> <li>• традиционными и интерактивными формами проведения занятий;</li> </ul> <p>основными методами планирования и организации преподавательской деятельности</p>

### 1.6 Место практики в структуре образовательной программы

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика) относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» ОП ВО (Б2.В.04(П)), согласно учебному плану проводится на втором курсе обучения.

## 1.7 Объем практики

В соответствии с учебным планом и календарным графиком объем практики составляет 3 зачетных единиц (108 ч.), в том числе контактная работа – 4 ч. Продолжительность практики – 2 недели.

## 2 Содержание практики

№ п/п	Темы и виды работ	Код формируемой компетенции
1.	<b>Инструктаж по технике безопасности</b>	
2.	<b>Подготовительный этап:</b> Магистранты знакомятся с учебно-методическими комплексами дисциплин, преподаваемых на кафедре, проводят наблюдения за преподавательской деятельностью, определяют критерии для анализа качества преподавания (анализ взаимодействия с аудиторией, таксономия учебных задач, коммуникативная культура и др).	ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-7; ПК-9; ПК-10
3.	<b>Прохождение практики:</b> Магистранты выбирают общепрофессиональную/специальную дисциплину из учебного плана (по согласованию с научным руководителем), самостоятельно разрабатывают учебную программу, готовят планы-конспекты лекционных, семинарских и практических занятий по данному курсу	ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-9; ПК-10
4.	<b>Заключительный этап:</b> Проведение занятий;  составление отчета;  промежуточная аттестация	ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-9; ПК-10

## 3 Оценка результатов практики

### 3.1 Формы отчётности

Педагогическая практика осуществляется в форме реальной работы студентов-магистрантов в качестве ассистентов при проведении учебных занятий студентов бакалавриата. Магистранты могут принимать участие в подготовке методических материалов по профильным предметам, в

планировании и организации учебных занятий, в непосредственном проведении учебных занятий, в создании благоприятного психологического климата в коллективе и мотивации студентов на активную учебную

Подготовка учебно-методических материалов по выбранному магистрантом курсу.

В ходе данной практики магистранты учатся:

- выделять в каждом конкретном случае цели курса (ознакомление с новой областью, овладение конкретными знаниями и/или умениями, развитие новой способности, применение и закрепление имеющихся знаний и умений, расширение профессионального сознания, переосмысление имеющихся знаний и/или умений, др.);

- строить проекты учебных курсов и их элементов (лекций, деловых и проблемных игр, тренингов, семинаров, практик и других учебных форм), а также проекты целостных образовательных программ в области маркетинга в соответствии с выделенной целью, находить критерии достижения в процессе обучения поставленной цели;

- организовывать контроль эффективности обучения по выделенным критериям.

Магистранты предварительно готовят планы-конспекты зачетных открытых занятий, учебно-методические материалы, которые обязательно обсуждают с научным руководителем.

Проведение занятий.

В рамках данного вида деятельности практиканты проводят пробные и зачетные занятия; посещают занятия других практикантов; выполняют самоанализ непосредственного опыта работы с аудиторией на занятиях, а также анализ работы и качества преподавания одногруппников; предлагают рекомендации по оптимизации качества преподавания.

Руководство и контроль за ведением практики возлагаются на научного руководителя практики магистранта по согласованию с руководителем соответствующей магистерской программы.

Общее учебно-методическое руководство научной работой осуществляется выпускающей кафедрой маркетинга и рекламы, в частности, руководителем магистерской программы. Деканат и учебно-методическое отделение осуществляют общий контроль за проведением промежуточных аттестаций.

Научный руководитель практики:

- согласовывает программу с научным руководителем программы подготовки магистров;

- дает необходимые методические и организационные консультации и рекомендации по выполнению программы практики;

- определяет перечень необходимых методических материалов, которые должен подготовить и разработать магистрант;

- определяет график прохождения практики, режим работы студента и осуществляет систематический контроль за ходом практики;

оказывает помощь по всем вопросам, связанным с выполнением Программы практики и оформлением отчета;

дает рекомендации по изучению специальной литературы и методологии;

участвует в работе комиссии по защите отчета по практике.

Студент-магистрант:

получает от руководителя практики задания, указания, рекомендации разъяснения по всем вопросам, связанным с организацией и прохождением практики;

проходит практику в соответствии с Программой практики;

отчитывается о выполненной работе в соответствии с установленным графиком.

В течение трех дней по окончании практики сдается отчетная документация.

### ***Оформление результатов практики***

Формами отчётности по практике являются: отчёт обучающегося, характеристика с места прохождения практики, а также

- График практики (см. Приложение 2);
- Планы учебных занятий.

После проведения занятий приобретенный опыт анализируется руководителем ПП и магистрантами при участии руководства магистерской программы.

3) Отчет по практике. Отчет по практике содержит в обобщенном виде описание содержания и результатов научно-педагогической практики.

### ***Структура отчета***

Отчет по практике должен содержать 15-20 страниц текста и иметь:

1. Титульный лист (Приложение 3).
2. Содержание.
3. Введение.
4. Основная часть (в которой подробно описывается процесс подготовки и прохождения практики).
5. Заключение.
6. Список использованных информационных источников.
7. Приложения (при необходимости).

### ***Оформление отчета***

Текст печатается с одной стороны листа стандартного формата А4.

Нумерация страниц – сквозная, начинается со страницы «2» (первая страница – это титульный лист), номер страницы проставляется по середине нижнего поля. Плотность машинописного текста – полуторный интервал, шрифт Times New Roman, кегль – 14.

Размеры полей на печатных листах: левое поле – 3,0 см; правое – 2,0 см; сверху и снизу – по 2,0 см.

Текст отчета при необходимости разделяют на разделы и подразделы. Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего документа, обозначенные арабскими цифрами без точки. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. В конце номера подраздела точка не ставится.

Разделы, как и подразделы, могут состоять из одного или нескольких пунктов. Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки следует печатать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Каждый раздел отчета начинается с нового листа (страницы).

В тексте отчета не допускается:

- применять обороты разговорной речи;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии;

*Оформление формул, рисунков, иллюстраций, таблиц*

Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название следует помещать над таблицей. При переносе части таблицы на ту же или другие страницы название помещают только над первой частью таблицы.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Отчет готовится в течение всей практики, а для его завершения и оформления студенту могут быть выделены в конце практики 2-3 дня. Отчет должен быть подписан студентом и руководителем практики.

### 3.2 Критерии выставления оценки по практике

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
	«зачтено»	содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
		представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 3.3 Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике

*Форма промежуточной аттестации по практике – защита практики в форме зачета с оценкой.* По результатам защиты отчета по практике выставляется дифференцированная оценка. При выставлении оценки учитывается уровень практической подготовленности студента - магистранта (с учетом характеристики руководителя практики, качества написания отчета по практике и ответов на вопросы при защите отчета).

*При прохождении учащимися промежуточной аттестации по практике в качестве оценочных средств могут быть использованы:*

**Собеседование** (Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.);

**Эссе** (Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме); входит в отчет по практике как составная часть;

**Доклад** (Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы);

**Творческое задание** (Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения).

Формы контроля — текущий контроль (консультирование, проверка выполненных заданий) и промежуточная аттестация. Текущий контроль

достигается в процессе общения руководителя практики со студентом и проверкой выполненной работы согласно Программе практики, консультаций.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится на основании защиты оформленного отчета, планов учебных занятий. После проверки отчетных материалов преподавателем - руководителем практики от кафедры, магистрант защищает отчет на заседании специальной комиссии кафедры по приему зачета с оценкой по практике. Дата защиты проводится в сроки, назначаемые руководителем магистерской программы.

Аттестация по итогам педагогической практики осуществляется в форме зачет с оценкой, при этом учитывается качество представленных магистрантом отчетных материалов и отзыв руководителя практики.

При оценке отчета учитываются:

- полнота и детальность выполненных разделов;
- выполнение графиком проведения занятий;
- знание и умение использовать современные методы сбора, анализа и обработки научной информации и экспериментальных данных
- качество разработанных магистрантом методических материалов.

Для получения положительной оценки магистрант должен выполнить все содержание Программы, своевременно оформить текущую и итоговую документации получить не менее 50 баллов. При выставлении оценки учитывается качество написания отчета по практике и ответов на вопросы при защите отчета. По результатам защиты отчета по практике выставляется дифференцированная оценка, в соответствии с действующей в РГГУ рейтинговой системой аттестации.

Оценка по педагогической практике приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации студентов.

Магистранты, не выполнившие Программу практики по неуважительной причине или не предоставившие Отчет в установленные сроки, а также получившие за проведенную работу отрицательную оценку, считаются не аттестованными и имеющими академическую задолженность.

В случае невыполнения магистрантом программы практики по уважительным причинам руководителем определяется индивидуальная программа ее прохождения.

## **4 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики**

### **4.1 Список источников и литературы**

#### **Источники**

Основные:



1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I, Ч. II, Ч. III, Ч. IV. [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс».

- Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)

2. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. закона РФ от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/)

4. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (в ред. закона РФ от 30 октября 2018 г. №383-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. закона РФ от 4 июня 2018 г. №133-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

Дополнительные:

6. Федеральный закон от 27 декабря 2002 года N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. закона РФ от 29 июля 2017 г. №216-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/)

## Литература

Основная:

1. Виноградов А. П. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 206 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-5420-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/739521>
2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник / А.М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 656 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01319-5, 1500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/334180>
3. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/543676>
4. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова

В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяева И.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02194-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872836>

#### Дополнительная

5. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 656 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/769974>
6. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие / Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 872 с. ISBN 978-5-394-02686-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/935847>
7. Киреев М. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767187>
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 1071 с.(П): 70x100 1/16. - (Зарубежный учебник) ISBN 978-5-238-01263-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872844>
9. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы: Справочное пособие / Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н., - 3-е изд. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.: 70x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-5582-3 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003065>
- 10.Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования Учебное пособие / Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. - М.:Альп. Бизнес Букс, 2016. - 194 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-0944-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916214>
- 11.Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910391>
- 12.Резник С.Д. Менеджмент. В 3-х кн. Кн. 2. Управление высшей школой и научной деятельностью: Избранные статьи / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 359 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Менеджмент) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368410>
- 13.Резник С.Д. Менеджмент. Книга шестая. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах : избр. статьи / С.Д. Резник. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 357 с. — (Научная мысль). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944194>
- 14.Смирнов К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с.: 60x88 1/16. - (Научная

мысль; Маркетинг). (обложка) ISBN 978-5-16-005497-1. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/306597>

### **Справочные и информационные издания:**

15. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с.: 60х90 1/16 (Обложка. КБС) ISBN 978-5-9776-0384-3
16. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология : энциклопедический словарь-справочник. - Изд. 3-е. - Москва : Дашков, 2013. - 768 с. - ISBN 978-5-394-02169-5. <http://znanium.com/go.php?id=430299>

## **4.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Кафедра маркетинга и рекламы, факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: http://kafmr.rsuh.ru/](http://kafmr.rsuh.ru/) Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.
2. Interbrand – Best Global Brands. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)
3. Powerbranding [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.powerbranding.ru](http://www.powerbranding.ru)
4. Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: http://adindustry.ru](http://adindustry.ru)
5. Маркетинг в России и за рубежом (издательство Дело и сервис) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.dis.ru](http://www.dis.ru) Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.
6. Официальный сайт Гильдии Маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
7. Портал «Маркетинг журнал 4р» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.4p.ru](http://www.4p.ru)
8. Портал, посвященный наружной рекламе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.outdoor.ru](http://www.outdoor.ru)
9. Сайт агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru)
10. Сайт, посвященный корпоративному менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
11. Сетевое издание AdIndex [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.adindex.ru](http://www.adindex.ru)

## **5 Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Учебно-лабораторное оборудование:

- Персональный компьютер
- Проектор

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов, размещенные на портале РГГУ, сайте кафедры маркетинга и рекламы, доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).

Для выполнения Программы практики необходим компьютер с выходом в Интернет и доступ в базы, предоставляемые библиотекой РГГУ.

Для защиты Отчета по практике необходим класс с интерактивной доской и проектором, поскольку защита отчета должна быть подкреплена визуальной его иллюстрацией с использование программы PowerPoint.

### **Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)**

#### **Перечень ПО**

№п/ п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

## **6 Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Форма проведения практики для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидностью) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.).

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся и рекомендации медико-социальной экспертизы, а также 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 учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для

прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

Защита отчета по практике для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств общего и специального назначения. Перечень используемого материально-технического обеспечения:

- учебные аудитории, оборудованные компьютерами с выходом в интернет, видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оборудованные доступом к базам данных и интернетом;
- компьютерные классы;
- аудитория Центра сопровождения обучающихся с инвалидностью с компьютером, оснащенная специализированным программным обеспечением для студентов с нарушениями зрения, устройствами для ввода и вывода голосовой информации.

Для лиц с нарушениями зрения материалы предоставляются:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Защита отчета по практике для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме без предоставления обучающимся презентации. На время защиты в аудитории должна быть обеспечена полная тишина, продолжительность защиты увеличивается до 1 часа (при необходимости). Гарантируется допуск в аудиторию, где проходит защита отчета, собаки-проводника при наличии документа, подтверждающего ее специальное обучение, выданного по форме и в порядке, утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 21 июля 2015г., регистрационный номер 38115).

Для лиц с нарушениями слуха защита проводится без предоставления устного доклада. Вопросы комиссии и ответы на них представляются в письменной форме. В случае необходимости, вуз обеспечивает предоставление услуг сурдопереводчика.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата защита итогов практики проводится в аудитории, оборудованной в соответствии с требованиями доступности. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, должны размещаться на уровне доступного входа или

предусматривать пандусы, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями или лифты. В аудитории должно быть предусмотрено место для размещения обучающегося на коляске.

Дополнительные требования к материально-технической базе, необходимой для представления отчета по практике лицом с ограниченными возможностями здоровья, обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее, чем за два месяца до проведения процедуры защиты.

## Приложение 1 АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика) реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ на базе кафедры.

### **Цели и задачи практики**

*Цель практики:*

Основной целью практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогической практики) является закрепление теоретических знаний и получение необходимого практического опыта преподавательской деятельности в ВУЗе

*Задачи практики:*

- совершенствование умений и навыков наблюдения за учебно-педагогическим процессом и анализа его результатов;
- овладение методами, приемами и средствами проведения лекционных и семинарских занятий со студентами (бакалаврами) факультета рекламы и связей с общественностью, а также навыками подготовки учебно-методического обеспечения для данных видов учебной работы.
- приобретение и закрепление навыков учебно-организационной работы
- воспитание этики и стиля преподавательской деятельности
- обучение умению ставить цели и формировать профессиональные задачи;
- осуществление кооперации с коллегами по работе.

Программа практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика) направлена на формирование следующих компетенций по направлению подготовки **38.04.02 «Менеджмент»**, направленность «Маркетинг», соответствующих научно-исследовательскому и педагогическому виду деятельности:

*Общекультурные компетенции (ОК):*

- 
- ОК-2 (готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения);
- ОК-3 (готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала);

*Общепрофессиональные компетенции (ОПК):*

- ОПК-1 (готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности);
- ОПК-2 (готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая



социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия);

- ОПК-3 (способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования);

*Профессиональные компетенции (ПК):*

- ПК-1 (способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями);
- ПК-2 (способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию);
- ПК-3 (способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач);
- ПК-6 (способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями);
- ПК-7 (способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада);
- ПК-9 (способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой);
- ПК-10 (способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания).

По практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачёта с оценкой*.

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы.

## Приложение 2 График прохождения практики

**УТВЕРЖДАЮ**

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Дата (даты)	Раздел практики	Отметка о выполнении

**Индивидуальное задание на практику**  
(составляется руководителем практики от кафедры)

---

---

---

---

---

---

---

Руководитель практики  
от кафедры

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики  
от организации

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

### Приложение 3 Образец титульного листа отчета по педагогической практике



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»  
(РГГУ)

*Институт экономики, управления и права*  
Факультет Управления  
Кафедра маркетинга и рекламы

Отчёт о прохождении практики  
по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности  
(педагогическая практика)

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность «Маркетинг»

Уровень квалификации выпускника - магистр

Форма обучения - очная

Студента/ки \_\_ курса

..... формы обучения

\_\_\_\_\_ (ФИО)

Руководитель практики

\_\_\_\_\_ (ФИО)

Москва 20 г.

## Приложение 4 ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

### Характеристика<sup>1</sup>

на студента/тку \_\_ курса \_\_\_\_\_ факультета  
Российского государственного гуманитарного университета  
\_\_\_\_\_ (ФИО)

\_\_\_\_\_ (ФИО) проходил/а \_\_\_\_\_ практику в \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ на должности \_\_\_\_\_.

За время прохождения практики обучающийся/обучающаяся ознакомился/лась с:  
\_\_\_\_\_, выполнял/а \_\_\_\_\_, участвовал/а в  
\_\_\_\_\_.

За время прохождения практики \_\_\_\_\_ (ФИО) зарекомендовал/а себя как  
\_\_\_\_\_.

Оценка за прохождение практики – «\_\_\_\_\_».

Руководитель практики  
от организации

\_\_\_\_\_ (ФИО)

(дата)

(подпись)

<sup>1</sup> Оформляется либо на бланке организации, либо заверяется печатью.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	27.05.2020	<b>10</b>

### 1. Образовательные технологии (на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

### 2. Перечень БД и ИСС (на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

### 3. Состав программного обеспечения (ПО) (на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное

7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное