

Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**  
**(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДЕНА  
Педагогическим советом АНО ПО «ПГТК»  
(протокол от 05.02.2026 № 01)  
Председатель Педагогического совета, директор  
И.Ф. Никитина



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)**

**38.02.09 «Конгрессно-выставочная деятельность» интеллекта»**  
(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

**Специалист конгрессно-выставочной деятельности**

Форма обучения

**Очная**

**Пермь 2026 г.**

Фонд оценочных средств производственной практики (преддипломной) разработан в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность (утвержден приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 30 июня 2025 г. N 503).

ФОС предназначен для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Разработчик: старший преподаватель АНО ПО «ПГТК» Могильникова Н.С.

Фонд оценочных средств производственной практики (преддипломной) профессионального модуля рассмотрен и одобрен на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол, № 01 от 04.02.2026.

## **1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ**

### **1.1. Место производственной практики (преддипломной) в структуре образовательной программы**

Производственная практика (преддипломная) проводится, в соответствии с утвержденным учебным планом, после прохождения профессиональных модулей:

ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок

ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия

ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования

### **1.2. Цели и задачи практики**

Цели практики:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).
- определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации
- выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска
- оценивать практическую значимость результатов поиска
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
- использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности
- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
- классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке;
- работать с деловыми электронными и интернет-справочниками, основными программами офисных программных пакетов по управлению клиентскими базами,

управлению организацией

- создавать мультимедиа-презентации с помощью специализированного программного обеспечения;
- осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями;
- вести деловую переписку
- пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации;
- разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях;
- определять актуальные темы публикаций о торгово-промышленных выставках для целевой аудитории
- определять набор заявочных документов, которые необходимо оформить для конкретного участника в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке;
- организовывать систематизированное хранение бумажных и электронных документов;
- осуществлять почтовый и электронный документооборот
- осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары);
- применять методы и способы эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника;
- планировать и применять тактику проведения переговоров;
- разрабатывать информационные материалы методического характера
- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности,
- применять современную научную профессиональную терминологию,
- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования,
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи,
- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности,
- выявлять источники финансирования,
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности,

- определять источники достоверной правовой информации,
- составлять различные правовые документы,
- находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать,
- оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта
- организовывать работу коллектива и команды
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
- пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации,
- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий,
- применять методы и способы эффективной деловой коммуникации (в том числе с использованием современных средств связи) с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника,
- определять актуальные темы и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях
- пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации,
- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий,
- планировать и применять тактику проведения переговоров с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их участия в деловой и дополнительной программах мероприятия,
- применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, в том числе с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары)
- продвигать деловые мероприятия разных типов и продавать билеты
- составлять программу мероприятия и повестку дня
- собирать обратную связь после мероприятия
- зарабатывать на конференции или другом деловом мероприятии
- применять современную научную профессиональную терминологию;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;

- анализировать текущую рыночную конъюнктуру
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
- систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации;
- создавать отчеты по результатам маркетингового исследования

### **Планируемые результаты практики**

Результатом учебной практики является получение первоначального практического опыта.

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:

ПК 1.1. Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.

ПК 1.2. Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи.

ПК 1.3. Разрабатывать информационные материалы о выставках.

ПК 1.4. Вести документооборот выставки, в том числе электронный.

ПК 1.5. Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия.

ПК 2.1. Осуществлять подготовку конгрессного мероприятия и его информационную поддержку.

ПК 2.2. Сопровождать работу офиса организатора конгрессного мероприятия при подготовке к проведению конгрессного мероприятия.

ПК 2.3. Планировать и организовать мероприятия деловой программы.

ПК 3.1. Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг.

ПК 3.2. Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности.

ПК 3.3. Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.

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;

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;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. Формой промежуточной аттестации по производственной практики (преддипломной) дифференцированный зачет.

Для проведения промежуточной аттестации разработаны фонд-оценочных средств, включающие в себя материалы, предназначенные для определения соответствия индивидуальных образовательных достижений обучающихся основным показателям результатов обучения. В процессе аттестации проводится анализ сформированности профессиональных компетенций, приобретенного практического опыта обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности.

Продолжительность практики – 108 академических часа (3 недели).

Формой отчетности по результатам практики является отчет.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

### 2.1. Объем практики

Вид практики	Объем часов по очной форме обучения кол-во часов / недель
Производственная практика (преддипломная)	108 часов / 3 недели

### 2.2. Тематический план, структура и содержание

Тематический план и содержание производственной практики (преддипломной) (144 час)

Код и наименование разделов учебной практики	Виды работ	Объем часов	Коды профессиональных компетенций
ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок	1.Разработка стратегии управления каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. 2.Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг.	34	ПК 1.1. Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.
ПМ.02 Подготовка конгрессного мероприятия	3.Изучение технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.	34	ПК 1.2. Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи. ПК 1.3. Разрабатывать
ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования	4.Изучение приемов стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. 5.Планирование и разработка рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ. 6.Изучение стратегии продвижения выставочного продукта и услуг в Интернете. 7.Использование приемов паблик рилейшнз на выставочном поле. 8.Изучение специфики рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ. 9.Разработка вербального и визуального ряда рекламных сообщений выставки. Современные тенденции развития рынка конгрессных услуг. Подготовка конгрессного мероприятия. Рекламно-информационная поддержка конгрессного мероприятия. Организация работы персонала по сервисному сопровождению конгрессного мероприятия. Форматы деловых мероприятий Критерии отбора спикеров деловой программы	34	информационные материалы о выставках. ПК 1.4. Вести документооборот выставки, в том числе электронный. ПК 1.5. Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия. ПК 2.1. Осуществлять подготовку конгрессного мероприятия и его информационную поддержку. ПК 2.2. Сопровождать работу офиса организатора конгрессного мероприятия при подготовке к проведению конгрессного мероприятия. ПК 2.3. Планировать и организовать мероприятия деловой программы. ПК ПК 3.1. Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг. ПК 3.2. Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности. ПК 3.3. Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации. ОК 01. Выбирать способы решения



<p>Выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия</p> <p>Организация питания для участников деловой программы</p> <p>Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия.</p> <p>Программа мероприятия и повестка дня</p> <p>Профессиональное поведение и этикет в сервисном сопровождении конгрессного мероприятия.</p> <p>Формирование бюджета сервисного сопровождения конгрессного мероприятия.</p> <p>Эффективность сервисного обслуживания конгрессных мероприятий.</p> <p>Коммуникации конгрессного мероприятия: понятие, цели, виды, формы.</p> <p>Реклама как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия</p> <p>Паблик рилейшнз как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия</p> <p>Спонсорство и product placement как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия</p> <p>Сейлз промоушн как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия</p> <p>Брейдинг как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия</p> <p>Нетрадиционные средства интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.</p> <p>Оценка и обратная связь</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомление деятельностью организации.</li> <li>2. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности на рабочем месте.</li> <li>3. Ознакомиться с учредительными документами и Уставом.</li> <li>4. Ознакомление с положением о службе маркетинга.</li> <li>5. Ознакомление с маркетинговым планом организации.</li> </ol>	<p>задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>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;</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>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;</p> <p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p> <p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;</p> <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>
---	--

	<p>6. Изучение организационной структуры управления службой маркетинга.</p> <p>7. Изучение функциональных обязанностей специалистов маркетологов и профессиональные требования к ним.</p> <p>8. Анализ факторов макросреды организации (субъектов управления, регулирующих деятельность) – поставщиков, потребителей, конкурентов, экономические, политические факторы и т.д.</p> <p>9. Анализ микросреды (материально-техническая база, ассортимент, цены, внешнее и внутреннее оформление организации, технологический процесс).</p> <p>10. Проведение анализа маркетинговых возможностей исследуемого объекта с использованием методики SWOT-анализа и PEST-анализа.</p> <p>11. Проведение исследования комплекса маркетинга организации.</p> <p>12. Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры.</p> <p>13. Анализ конкурентных преимуществ конгрессно-выставочной компании.</p> <p>14. Анализ процесса составления технического задания для выполнения маркетингового исследования.</p> <p>15. Анализ подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования.</p> <p>16. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых могут быть получены комплексные результаты исследования.</p> <p>17. Анализ плана проведения маркетингового исследования.</p> <p>18. Изучение процесса планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>19. Анализ процесса подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.</p>		
--	--	--	--

	20. Оформить и защитить Отчет по производственной практике.		
Написать отчет о прохождении практики.	4		
Дифференцированный зачет	2		
<b>Всего:</b>	<b>108</b>		

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики

Для проведения практики предусматривается следующая документация:

- положение о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалистов среднего звена – ППССЗ) в АНО ПО «ПГТК»;
- рабочий график (план) проведения практики (дневник практики);
- индивидуальное задание на практику;
- аттестационный лист;
- программа практики;
- приказ о направлении обучающихся на практику, назначении руководителей практики от образовательной организации, закреплении обучающихся за базами практики;
- отчет по практике.

#### 3.2. Примерная тематика преддипломного проекта

1. Особенности подготовки международной конференции с участием зарубежных делегаций.
2. Оценка эффективности конгресс-центра крупного города.
3. Стратегии привлечения спонсоров и партнеров для крупных отраслевых конференций.
4. Разработка концепции международного форума по вопросам устойчивого развития регионов.
5. Методы оценки экономической выгоды региона от проведения крупных международных форумов.
6. Выставка достижений промышленного комплекса региона: организация и оценка эффективности.
7. Анализ специфики разработки программы деловой части специализированной выставки сельскохозяйственной техники.
8. Современные тенденции оформления экспозиций специализированных торговых выставок.
9. Технологии интерактивного взаимодействия участников выставки с потенциальными клиентами.
10. Концепция развития региональной туристической выставки.
11. Использование виртуальной реальности в рамках конгрессно-выставочных мероприятий.
12. Автоматизация процессов управления крупными мероприятиями с использованием информационных технологий.
13. Применение мобильных приложений и онлайн-платформ для повышения вовлеченности посетителей выставок.
14. Интеграция инновационных решений (IoT, Big Data) в организацию конгрессно-

выставочного пространства.

15. Перспективы развития цифровых платформ для ведения деловых переговоров и заключения сделок на выставках.

16. Роль социальных сетей в продвижении конгрессно-выставочных мероприятий.

17. Оптимальные каналы продвижения региональных выставочных центров среди потенциальных экспонентов.

18. Повышение узнаваемости бренда крупной бизнес-конференции через интегрированные маркетинговые кампании.

19. Психологические факторы влияния экспозиции на принятие решения посетителями выставки.

20. Формирование позитивного имиджа города посредством участия в крупнейших российских и международных выставках.

21. Опыт реализации совместных российско-китайских конгрессно-выставочных инициатив.

22. Участие отечественных компаний в международных профильных выставках.

23. Формы сотрудничества и интеграции организаций разных стран в сфере конгрессно-выставочной деятельности.

24. Международный опыт подготовки масштабных межотраслевых форумов.

25. Проблематика локализации иностранных специалистов в проведении национальных и международных конгрессов.

### **3.3. Информационное обеспечение учебной практики**

#### **Основная литература:**

1. Кочетова, Л. М. История выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л. М. Кочетова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 154 с. — ISBN 978-5-4497-1166-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108229.html>

2. Пашковский, С. В. Организация выставочной деятельности : учебное пособие / С. В. Пашковский. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. — 57 с. — ISBN 978-5-7937-2420-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140153.html>

3. Формирование маркетинговой стратегии продвижения продукта на рынке биопрепаратов для растений : монография / Е. Г. Агаларова, Ю. В. Рыбасова, О. Н. Кусакина [и др.]. — Ставрополь : АГРУС, 2024. — 108 с. — ISBN 978-5-9696-1999-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148175.html>

4. Скрипникова, Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations : теоретические брифы. Учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. — Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 53 с. — ISBN 978-5-89040-561-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/59126.html>

5. Алгазина, Н. В. Проектирование. Выставочное пространство : монография / Н. В. Алгазина, Л. Н. Козлова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 186 с. — ISBN 978-5-4497-1930-0, 978-5-93252-265-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128985.html>

6. Лобанов, Е. Ю. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Е. Ю. Лобанов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. — 123 с. — ISBN 978-5-7937-2124-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140111.html>

7. Бельская, Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2023. — 68 с. —

ISBN 978-5-7782-4878-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155662.html>

8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141811.html>

9. Елизарова, Н. В. Основы финансовой грамотности : учебник для СПО / Н. В. Елизарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-4488-1591-1, 978-5-4497-2038-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127843.html>

10. Андреева, Я. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Я. А. Андреева, Н. Г. Жигалова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. — 95 с. — ISBN 978-5-7937-2143-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140159.html>

11. Корпоративное финансовое планирование и бюджетирование : учебное пособие / Е. П. Томилина, И. И. Глотова, Б. А. Доронин [и др.]. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. — 152 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129584.html>

12. 3. Старикова, М. С. Маркетинговые исследования и анализ конкурентной среды : учебное пособие / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, М. В. Дадалова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2024. — 140 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156295.html>

13. 4. Иконникова, О. Н. Деловые коммуникации : учебное пособие / О. Н. Иконникова, С. С. Калинин. — Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2024. — 148 с. — ISBN 978-5-9201-0178-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/146867.html>

#### **Дополнительная литература:**

1. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 447 с. — ISBN 5-238-00935-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81815.html>

2. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский [и др.] ; под редакцией Л. Е. Стровского. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 288 с. — ISBN 5-238-00821-X. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81813.html>

3. Паллотта, В. И. Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1 : учебное пособие / В. И. Паллотта, Т. В. Сичкарь. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В.Жириновского, 2022. — 228 с. — ISBN 978-5-907445-91-8 (ч.1), 978-5-907445-90-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126942.html>

4. Елисеенков, Г. С. Дизайн-проектирование : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 150 с. — ISBN 978-5-8154-0357-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66376.html>

5. Основы менеджмента : учебное пособие / Н. В. Тезикова, Е. С. Мищенко, Е. В. Быковская, М. К. Попова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет,

ЭБС АСВ, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-8265-2384-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122972.html>

6. Андреева, Я. А. История выставочной деятельности : учебное пособие для СПО / Я. А. Андреева, Н. Г. Жигалова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2024. — 95 с. — ISBN 978-5-7937-2620-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145029.html>

7. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 года №230-ФЗ Четвертая часть

8. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (действующая редакция);

9. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) "О защите прав потребителей"

10. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)

11. Лямзин, О. Л. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / О. Л. Лямзин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2024. — 66 с. — ISBN 978-5-7782-5327-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155877.html>

12. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для магистров и аспирантов высших учебных заведений / С. Л. Балова, И. В. Грошев, Ю. А. Давыдова [и др.] ; под редакцией Н. Д. Эриашвили, И. В. Грошева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-238-03060-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141632.html>

13. Корпоративное финансовое планирование и бюджетирование : учебное пособие / Е. П. Томилина, И. И. Глотова, Б. А. Доронин [и др.]. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. — 152 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129584.html>

14. Галацан, Т. А. HR-бюджетирование : учебное пособие / Т. А. Галацан, Е. В. Корниенко. — Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2021. — 104 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130714.html>

15. Мельник, Н. А. Рынок ценных бумаг : учебное пособие (опорный конспект лекций) / Н. А. Мельник. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2024. — 88 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144283.html>

16. Финансовый консалтинг : учебник / Л. И. Юзвович, М. И. Львова, Н. Н. Мокиева [и др.] ; под редакцией Л. И. Юзвович, М. И. Львовой. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2023. — 532 с. — ISBN 978-5-7996-3695-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/157051.html>

#### 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Формой отчётности обучающихся по учебной практики является: **отчёт о практике**.

Отчёт отражает выполнение программы учебной практики заданий и поручений, полученных от руководителя практики от образовательной организации. Отчёт должен содержать выводы о приобретённых навыках, освоении профессиональных компетенций и возможности применения теоретических знаний, полученных при обучении.

В качестве приложения к отчету практики обучающийся может оформить графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, приложить наглядные образцы документов (изделий), подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики обучающимся также оформляется отчет, состоящий из письменного описания выполненных работ и приложений, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций. Отчет должен содержать развернутые ответы на все пункты программы практики, описательная часть задания, проведенные выводы по данным собранного материала, графические и табличные материалы, приложения.

Отчет имеет следующую структуру: титульный лист, содержание, введение, практическая часть, заключение, список источников литературы, приложения.

Текст отчета должен быть отпечатан на компьютере через 1,5 межстрочный интервал с использованием шрифта Times New Roman 14. Расстояние от границы листа до текста слева 30 мм, справа – 15 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа – 20 мм, номер страницы ставится внизу справа. Абзацы в тексте следует начинать с отступа в 1,25 см.

Примерный объем отчета 14 листов (без учета Приложений к отчету). Объем отчета уменьшен быть не может, а может быть только увеличен.

Титульный лист отчета оформляется в соответствии с требованиями, указанными в Приложении 1 к данной рабочей программе. На последующих листах располагается основной текст отчета.

Студент отвечает за грамотность и аккуратность оформления отчета. Отчет, в котором отсутствуют подписи руководителя практики от организации, к рассмотрению не допускается.

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе её проведения, самостоятельного выполнения обучающимися заданий.

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК.01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части;  определять этапы решения задачи, составлять план действия,	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;  структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	-

	<p>реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы;</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>	
<p>ОК.02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации</p> <p>современные средства и устройства информатизации, порядок их применения</p> <p>программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства</p> <p>психологические основы деятельности коллектива</p>	



	профессиональных задач		
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, применять современную научную профессиональную терминологию, определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования, выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования, презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности, определять источники достоверной правовой информации, составлять различные правовые документы, находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать, оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации, современная научная и профессиональная терминология, возможные траектории профессионального развития и самообразования, основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности, правила разработки презентации, основные этапы разработки и реализации проекта</p>	
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности</p>	-

ПК 1.1 Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.	<p>классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке;</p> <p>работать с деловыми электронными и интернет-справочниками, основными программами офисных программных пакетов по управлению клиентскими базами, управлению организацией</p>	<p>методы и инструменты работы с базами данных;</p> <p>виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов</p>	<p>поиск, внесение и обновление контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок в клиентскую базу;</p> <p>выборка по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок</p>
ПК 1.2. Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи.	<p>создавать мультимедиа-презентации с помощью специализированного программного обеспечения;</p> <p>осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями;</p> <p>вести деловую переписку</p>	<p>деловой этикет и основы делопроизводства;</p> <p>методы эффективных публичных выступлений и презентаций;</p> <p>английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере выставочной деятельности;</p> <p>методы ведения деловых переговоров;</p> <p>этические нормы профессиональной деятельности</p>	<p>подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников;</p> <p>консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами;</p> <p>сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки</p>
ПК 1.3. Разрабатывать информационные материалы о выставках	пользоваться информационно-коммуникационными	методы разработки рекламных и информационных текстов;	подготовка текстового и иллюстративного материала для включения в

	<p>технологиями для поиска информации;</p> <p>разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях;</p> <p>определять актуальные темы публикаций о торгово-промышленных выставках для целевой аудитории</p>	<p>технологии и методы поиска информации;</p> <p>этические нормы профессиональной деятельности</p>	<p>презентационные и маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки, в том числе обработка материалов для обеспечения правильности приводимых цитат, имен, цифр и фактических данных;</p> <p>подготовка текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях</p>
ПК 1.4. Вести документооборот выставки, в том числе электронный.	<p>определять набор заявочных документов, которые необходимо оформить для конкретного участника в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке;</p> <p>организовывать систематизированное хранение бумажных и электронных документов;</p> <p>осуществлять почтовый и электронный документооборот</p>	<p>основы бухгалтерского учета;</p> <p>нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота;</p> <p>основы документооборота;</p> <p>этические нормы профессиональной деятельности</p>	<p>подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке;</p> <p>оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией</p>
ПК 1.5. Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия	<p>осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары);</p> <p>применять методы и способы эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей</p>	<p>основы психологии;</p> <p>основы этики делового общения и межкультурной коммуникации;</p> <p>технологии организации эффективного участия в выставке;</p> <p>современные тенденции в сфере</p>	<p>проведение консультаций по запросу участников торгово-промышленной выставки;</p> <p>формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для</p>

	<p>потенциального участника;</p> <p>планировать и применять тактику проведения переговоров;</p> <p>разрабатывать информационные материалы методического характера</p>	<p>организации коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования;</p> <p>история выставочного дела и индустрии встреч;</p> <p>этические нормы профессиональной деятельности</p>	<p>размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки</p>
ПК 2.1.	<p>пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий, применять методы и способы эффективной деловой коммуникации (в том числе с использованием современных средств связи) с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, определять актуальные темы и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях</p>	<p>нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий и в сфере персональных данных, основы менеджмента конгрессных мероприятий, основные виды маркетинговых коммуникаций, методы разработки рекламных и информационных текстов, основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, современные тенденции в сфере организации коммуникаций на конгрессных мероприятиях</p>	<p>поиск источников информации для подготовки и проверки информации о конгрессных мероприятиях, подготовка информации и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы конгрессных мероприятиях, подготовка текстов и иллюстративных материалов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в конгрессных мероприятиях для предоставления участникам конгрессных мероприятий по запросу и для размещения на сайте конгресса или</p>

			<p>конгрессной организации для быстрого доступа участников, информирование руководства о соглашениях с участниками конгрессного мероприятия, об их участии в общих маркетинговых мероприятиях и о ходе реализации проекта конгрессного мероприятия для своевременного включения в маркетинговые материалы конгрессного мероприятия</p>
ПК 2.2.	<p>пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации, определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий, планировать и применять тактику проведения переговоров с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их участия в деловой и дополнительной программах мероприятия, применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, в том числе с использованием современных средств связи (видеоконференции,</p>	<p>нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий, основы менеджмента конгрессных мероприятий и смежных направлений деятельности, основные виды маркетинговых коммуникаций, основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, а также теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, иностранный язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере конгрессной деятельности, история индустрии встреч, технологии</p>	<p>подготовка и рассылка информационных писем и приглашений потенциальным организаторам или инициаторам и участникам конгрессных мероприятий, ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров, поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы, подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию, прием, проверка и архивирование необходимых заявочных документов от каждой организации, подавшей заявку об участии в конгрессных</p>

	вебинары)	организации эффективного участия в конгрессных мероприятиях	мероприятия, консультирование потенциальных участников о конгрессных мероприятиях, мероприятиях деловой и дополнительной программы конгресса в соответствии с их интересами и запросами, проведение переговоров, оформление документов на оплату участником конгрессных мероприятий заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания услуг в соответствии с заявочной документацией
ПК 2.3.	продвигать деловые мероприятия разных типов и продавать билеты составлять программу мероприятия и повестку дня собирать обратную связь после мероприятия зарабатывать на конференции или другом деловом мероприятии	форматы деловых мероприятий критерии отбора спикеров деловой программы выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия организация питания для участников деловой программы методика расчёта бюджета с учетом особенностей делового мероприятия виды продвижения деловых мероприятий разных типов	организация удобства гостей деловой программы расчёт бюджета деловой программы с учетом особенностей делового мероприятия продвижение деловых мероприятий разных типов и продажа билетов проведение оценки и сбор обратной связи деловой программы
ПК.3.1 Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг	составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;  анализировать текущую рыночную конъюнктуру	особенности проведения социологических исследований;  принципы системного анализа	подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования;

			<p>определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</p> <p>разработки технического задания для проведения маркетингового исследования;</p> <p>подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования</p>
ПК 3.2 Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности	проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>методы проведения маркетингового исследования;</p> <p>особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p>	<p>планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p>
ПК 3.3 Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	<p>систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации;</p> <p>создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p>	принципы системного анализа	Подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

К защите практики допускаются обучающиеся, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и представившие в указанные сроки всю отчетную документацию. В ходе защиты выясняется степень выполнения обучающимся программы практики, глубина понимания основных задач практики и основных вопросов, отраженных в отчете.

Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики – дифференцированный зачет и предполагает оценку: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», которая проставляется в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Оценка «неудовлетворительно», полученная студентом по итогам практики, в зачетную книжку не проставляется.

При оценке итогов работы студента принимается во внимание выполнение программы практики и реализация поставленных задач в полном объеме, активность, ответственность и творческий подход практиканта к работе, качественная характеристика продуктивности деятельности, качество итоговой документации и представление ее в установленные сроки, защита отчета по практике.

Оценка «отлично» ставится студенту, который в срок в полном объеме и на высоком уровне выполнил программу практики. Документация оформлена в соответствии с требованиями и представлена в установленные сроки.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который выполнил программу практики в полном объеме с незначительным нарушением сроков, обнаружил практические умения в соответствии со специальностью, но был менее самостоятелен, инициативен в деятельности. Документация оформлена в соответствии с требованиями, однако представлена с незначительным нарушением сроков.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу практики не в полном объеме, допускал просчеты и ошибки в работе, свидетельствующие о поверхностных знаниях. Отчетная документация представлена в срок, но не в полном объеме, есть серьезные замечания по ее оформлению и содержанию, потребовавшие доработки.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики. Отчетная документация не представлена.

Студент, не выполнивший программу практики, направляется на практику повторно.



**Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»  
(АНО ПО «ПГТК»)**

**ОТЧЕТ  
о прохождении производственной практики (преддипломной)**

**В**

---

(указывается наименование организации)

Выполнила: студентка \_\_\_\_ курса (группа \_\_\_\_\_) очной формы обучения  
(срок обучения \_\_\_\_ год \_\_\_\_ мес.)  
специальности 38.02.09 «Конгрессно-  
выставочная деятельность»  
Иванова Анастасия Александровна  
Руководитель практики: Семенова А.В.,  
старший преподаватель

**Пермь 20\_\_**

**Договор № \_\_\_\_\_**  
о практической подготовке обучающихся

г. Пермь

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Пермский гуманитарно-технологический колледж», именуемый в дальнейшем «Организация», в лице директора Никитиной Инны Филипповны, действующей на \_\_\_\_\_ основании \_\_\_\_\_ Устава, с \_\_\_\_\_ одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуем \_\_\_\_\_ в дальнейшем «Профильная организация», в лице \_\_\_\_\_, действующего на \_\_\_\_\_ основании \_\_\_\_\_, с другой стороны, именуемые по отдельности «Сторона», а вместе – «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем.

### **1. Предмет Договора**

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее – практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение N 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении N 1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение N 2).

### **2. Права и обязанности Сторон**

2.1. Организация обязана:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2 назначить руководителя по практической подготовке от Организации, который:

обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной

программы;

организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Организации, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3 при смене руководителя по практической подготовке в трехдневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4 установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки;

2.1.6 осуществлять контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям основной профессиональной образовательной программы.

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1 создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3 при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в трехдневный срок сообщить об этом Организации;

2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.2.5 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Организации об условиях труда и

требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации,

---

(указываются иные локальные нормативные акты Профильной организации)

2.2.7 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8 предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Организации возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение N 2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Организации;

2.2.10 \_\_\_\_\_

---

(иные обязанности Профильной организации)

2.3. Организация имеет право:

2.3.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2 запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося;

2.4.3 \_\_\_\_\_

---

(иные права Профильной организации)

### **3. Срок действия договора**

3.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

### **4. Заключительные положения**

4.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

4.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

4.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

## 5. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Профильная организация:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(полное наименование)

Адрес: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(наименование должности)

\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

М.П.

Организация:

АНО ПО «Пермский  
гуманитарно-технологический  
колледж»

Адрес: 614002, г. Пермь,  
ул. Чернышевского, 28

Директор

\_\_\_\_\_ (И.Ф.Никитина)  
М.П.

Приложение N 1 к договору

№ \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**Сведения об обучающихся,  
для которых реализуется практическая подготовка**

№ п/п	Наименование компонента образовательной программы, реализуемого в форме практической подготовки	Ф.И.О обучающихся, осваивающих компонент образовательной программы	Сроки организации практической подготовки при реализации компонента образовательной программы	Объем времени, отводимый на реализацию компонента образовательной программы в форме практической подготовки (в академических часах)

Профильная организация:

\_\_\_\_\_

Руководитель

\_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ )  
М.П.

Организация:

АНО ПО «Пермский гуманитарно-технологий колледж»

Директор

\_\_\_\_\_ (И.Ф.Никитина)  
М.П.

Приложение N 2 к договору  
№ \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**Перечень помещений Профильной организации,  
предоставленных для осуществления практической подготовки при  
проведении практики**

№ п/п	Наименование структурного подразделения	Адрес, номер кабинета / помещения

Профильная организация:

\_\_\_\_\_

Руководитель

\_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ )  
М.П.

Организация:

АНО ПО «Пермский гуманитарно-  
технологий колледж»

Директор

\_\_\_\_\_ (И.Ф.Никитина)  
М.П.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**  
**(АНО ПО «ПГТК»)**

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ  
 заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

\_\_\_\_\_ / И.О. Фамилия/

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

**Дневник практики**

**Общие сведения**

ФИО обучающегося	
Курс	
Форма обучения	
Специальность	
Наименование структурного подразделения	
Группа	
Вид практики (тип практики)	производственная практика (преддипломная)
Способ проведения практики	стационарная
Форма проведения практики	дискретная
Место прохождения практики	
Период прохождения практики	с « ____ » _____ 20__ г. по « ____ » _____ 20__ г.
Реквизиты договора о прохождении практики (при проведении практики в профильной организации)	

**Планируемые работы**

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1.	Оформление документов по прохождению практики	до начала практики	
2.	Вводный инструктаж по правилам охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, оформление временных пропусков для прохода в профильную организацию (при необходимости).	в первый день практики	
3.	Выполнение индивидуального задания практики	в период практики	
4.	Консультации руководителя(-ей) практики о ходе выполнения заданий, оформлении и содержании отчета, по производственным вопросам	в период практики	



5.	Подготовка отчета по практике	за два дня до промежуточной аттестации	
6.	Проверка отчета по практике, оформление характеристики руководителя(-ей) практики	за два дня до промежуточной аттестации	
7.	Промежуточная аттестация по практике	в последний день практики	

Рабочий график (план) составил:

руководитель практики от образовательной организации

\_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.  
 (уч. степень, уч. звание, должность) (подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

МП

С рабочим графиком (планом) ознакомлен:

обучающийся

\_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.  
 (подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**  
**(АНО ПО «ПГТК»)**

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ  
 заведующий кафедрой

(наименование кафедры)

\_\_\_\_\_ / И.О. Фамилия/  
 « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ**

**Общие сведения**

ФИО обучающегося	
Курс	
Форма обучения	
Специальность	
Наименование структурного подразделения	
Группа	
Вид практики (тип практики)	производственная практика (преддипломная)
Способ проведения практики	стационарная
Форма проведения практики	дискретная / непрерывная
Место прохождения практики	
Период прохождения практики	с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.
Реквизиты договора о прохождении практики (при проведении практики в профильной организации)	

**Содержание индивидуального задания**

1.

2.

3.

---

4.

---

5.

---

Задание на практику составил:  
руководитель практики от образовательной организации

<hr/>	<hr/>	<hr/>	« <hr/> » <hr/> 20 <hr/> г.
(уч. степень, уч. звание, должность)	(подпись)	(И.О. Фамилия)	(дата)

МП

Задание на практику принял:  
обучающийся

<hr/>	<hr/>	« <hr/> » <hr/> 20 <hr/> г.
(подпись)	(И.О. Фамилия)	(дата)

Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**  
**(АНО ПО «ПГТК»)**

(наименование кафедры)

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

### Общие сведения

ФИО обучающегося	
Курс	
Форма обучения	
Специальность	
Наименование структурного подразделения	
Группа	
Вид практики	производственная практика (преддипломная)
Тип практики	
Способ проведения практики	стационарная
Форма проведения практики	дискретная / непрерывная
Место прохождения практики	
Период прохождения практики	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.
Реквизиты договора о прохождении практики (при проведении практики в профильной организации)	

За время прохождения практики выполнены следующие виды работ:

№ п/п	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ		
		высокое	среднее	низкое
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				

За время прохождения практики у обучающегося были сформированы профессиональные компетенции (часть компетенции):

№ п/п	Формируемые компетенции		Сформированность компетенции (сформирована /не сформирована)
	код компетен ции	наименование компетенции	
1.			
2.			
3.			

**Характеристика руководителя практики**

Оценка трудовой деятельности и дисциплины:

Оценка содержания и оформления отчета по практике:

Оценка по практике: \_\_\_\_\_.

Руководитель практики от образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(уч. степень, уч. звание, должность)  
МП

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(дата)