

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 27 апреля 2023 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.03(Пд) Преддипломная практика

Уровень образования: бакалавриат

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Форма обучения заочная

Год набора – 2024

Барнаул, 2023 г.

Автор(ы)-составитель(и):

к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики
Шмаков Артем Алексеевич

Заведующий кафедрой:

к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики
Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, типы практики и способы ее проведения	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы.....	4
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы	9
4. Содержание практики	9
5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике	10

1. Вид, типы практики и способы ее проведения

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная творческая.

Способ проведения практики – стационарный, выездной, практика проводится в структурных подразделениях Алтайского филиала РАНХиГС, в профильных организациях, расположенных как на территории города Барнаула, так и за его пределами.

Форма проведения практики – дискретная по видам практик, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида практики.

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

2.1. Практика Б2.О.03(Пд) «Преддипломная практика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Наименование компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)
ОПК-6	Способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.4	Способен применять современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для организации PR-деятельности в медиаиндустрии.	Владение навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для организации PR-деятельности в медиаиндустрии.
ОПК-7	Способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.3	Способен создавать медиапродукты, опираясь на принципы социальной ответственности и просчитывая последствия профессиональной деятельности	Использует навыки создания медиа-продуктов с опорой на принципы социальной ответственности и просчитывая последствия профессиональной деятельности
ПК-1	Способность ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и способность выбирать их	ПК-1.4	Способность осуществлять комплексный анализ применяемых жанров, форматов и технологических платформ передачи медиапродукции	Осуществляет комплексный анализ применяемых жанров, форматов и технологических платформ передачи медиапродукции

	сообразно запросам аудитории			
ПК-2	Способность осуществлять комплексный анализ применяемых жанров, форматов и технологических платформ передачи медиапродукции	ПК-2.4	Способен создавать и готовить к публичному распространению комплексные медиапродукты	Владеет навыками создания и подготовки к публичному распространению комплексных медиапродуктов
ПК-3	Способность создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	ПК-3.4	Способность обрабатывать и готовить к публичному распространению простейшие формы аудиовизуальной информации (видео, аудио-материалы)	Знает принципы обработки и подготовки к публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах.
ПК-4	Способность определять мультимедийные и интерактивные средства для достижения коммуникативных задач клиента / заказчика	ПК-4.4	Способен участвовать в определении мультимедийных и интерактивных средств, используя знания теоретического содержания данных понятий и способов достижения коммуникативных задач клиента.	В полной мере владеет знаниями теоретического содержания понятий мультимедийных и интерактивных средств и способов достижения коммуникативных задач клиента.
ПК-7	Способность участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой	ПК-7.4	Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе создания рекламных и медиапродуктов.	Владеет навыками участия в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе создания рекламных и медиапродуктов.

2.2.В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента (этапа) освоения компетенции	Индикатор достижения компетенции (этапа компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практик*
	ОПК-6.4	Владение навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для организации PR-деятельности в медиаиндустрии.	на уровне знаний: обладает знаниями о передовых технологиях для организации PR-деятельности в медиаиндустрии;
			на уровне умений: владеет умениями планирования для организации PR-деятельности в медиаиндустрии;
			на уровне навыков: владеет навыками применения технических средств и программного обеспечения для организации PR-деятельности в медиаиндустрии;
			на уровне опыта практической деятельности: обладает практическим опытом использования технических средств и программного обеспечения для организации PR-деятельности в медиаиндустрии.
	ОПК-7.3	Использует навыки создания медиа-продуктов с опорой на принципы социальной ответственности и просчитывая последствия профессиональной деятельности	на уровне знаний: обладает знаниями о принципах социальной ответственности;
			на уровне умений: владеет умениями учета принципов социальной ответственности в PR-деятельности;
			на уровне навыков: владеет навыками применения принципов социальной ответственности в PR-деятельности;
			на уровне опыта практической деятельности: обладает практическим опытом использования принципов социальной ответственности для организации PR-деятельности.
	ПК-1.4	Осуществляет комплексный анализ применяемых жанров, форматов и технологических платформ передачи медиапродукции	на уровне знаний: имеет представления о жанрах, форматах, технологических платформах для создания и передачи медиапродукции

			на уровне умений: умеет определять запросы аудитории
			на уровне навыков: обладает навыками определения запросов аудитории для дальнейшего выбора жанров, форматов и технологических платформ
			на уровне опыта практической деятельности: обладает практическим опытом определения запросов аудитории для дальнейшего выбора жанров, форматов и технологических платформ
	ПК-2.4	Владеет навыками создания и подготовки к публичному распространению комплексных медиапродуктов	на уровне знаний: знает содержание и специфику различных видов деятельности в рамках создания и подготовки к публичному распространению различных форм медиаконтента (фото-, видео-, аудиоматериалы)
			на уровне умений: умеет использовать понятия и подходы проведения анализа и выявления специфики создания и подготовки к публичному распространению различных форм медиаконтента;
			на уровне навыков: владеет основами подходов планирования и управления в сфере создания и подготовки к публичному распространению различных форм медиаконтента;
			на уровне опыта практической деятельности: владеет технологиями создания и подготовки к публичному распространению различных форм медиаконтента для различных целевых групп;
	ПК-3.4	Знает принципы обработки и подготовки к публичному распространению простейших форм аудиовизуальной информации посредством использования соответствующих	на уровне знаний: знает подходы, принципы и закономерности создания информационного продукта;
			на уровне умений: умеет разрабатывать концепции и алгоритмы создания информационного продукта;

		технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах.	<p>на уровне навыков: владеет методами и подходами к разработке информационного продукта;</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: имеет опыт работы с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;</p>
	ПК-4.4	В полной мере владеет знаниями теоретического содержания понятий мультимедийных и интерактивных средств и способов достижения коммуникационных задач клиента.	<p>на уровне знаний: основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>на уровне умений: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>на уровне навыков: технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.</p>
	ПК-7.4	Владеет навыками участия в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе создания рекламных и медиапродуктов.	<p>на уровне знаний: имеет знания в области психологи командного взаимодействия, организационной психологии;</p> <p>на уровне умений: применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>на уровне навыков: технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>на уровне опыта практической деятельности: опыт координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой.</p>

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики – 6 зачетных единиц, 216 академических часов (162 астрономических часов).

Преддипломная практика реализуется в рамках обязательной части Блока 2 «Практики». Практика вырабатывает умения и практические навыки, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин Блока 1, прохождения предшествующих практик. Способствует комплексному формированию компетенций.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ
1	Инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности. Получение индивидуального задания по прохождению учебной практики и составление плана выполнения работ и пр.
2	Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	<p>Студент анализирует организацию службы маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех его структур. В период прохождения практики на 4 курсе студент обязан провести комплексное исследование деятельности предприятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) проведение SWOT -, PEST – анализа 2) проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности 3) анализ маркетинговой деятельности предприятия по всем элементам комплекса маркетинга (в динамике) 4) провести сегментирование потребителей, определить целевые сегменты 5) рассмотреть основных конкурентов, провести позиционирование предприятия; 6) провести анализ маркетинговых стратегий с помощью матричных методов (матрица БКГ, матрица И. Ансоффа и т. д.) 7) провести опрос лояльности потребителей к товарам или услугам организации, рассчитав минимальный размер выборки в зависимости от размера сегмента, допустимых дисперсии признака и предела ошибки выборки и пр. обеспечение управления инвестициями и рисками. <p>На основе проведенных исследований необходимо сделать вывод об устойчивости предприятия, эффективности его хозяйственной и сбытовой деятельности. Предложить свое видение развития маркетинговой деятельности на предприятии, обосновать и рассчитать эффективность от предложенных мероприятий.</p> <p>Изучить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию и проведение комплексных исследований национальных и международных товарных рынков с целью получения информации для принятия управленческих решений; - конъюнктуру рынка; - ранжировать рынки по определенным критериям и выбрать наиболее перспективные целевые рынки. <p>Необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение сегментации рынков и выбор целевых сегментов; - изучение поведения потребителей и способов воздействия на него; - выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж; - изучение внутренней среды предприятия, оценка его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности

		<p>предприятия, состояние жизненного цикла выпускаемой и реализуемой продукции, ее конкурентоспособность;</p> <ul style="list-style-type: none"> - совершенствование информационного обеспечения маркетинговой деятельности; - разработка программ по формированию спроса и стимулированию сбыта, рекомендаций по выбору рынка в соответствии с имеющимися ресурсами; <p>Проанализировать конкурентную среду с учетом изменений налоговой, ценовой и таможенной политики государства, объема оборота, прибыли от продажи, конкурентоспособности, скорости реализации, факторов, влияющих на сбыт.</p> <p>Подготовить предложения по формированию товарного ассортимента, стратегии сбыта; выбор каналов распределения, организацию системы товародвижения и продаж; создать системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулированию сбыта (продаж).</p> <p>Разработать и экономически обосновать оперативные и стратегические планы маркетинговой деятельности предприятия на национальном и международных рынках.</p>
3	Подготовка и защита отчёта по практике	составление отчета, защита практики.

5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

В ходе реализации дисциплины Б2.О.03(Пд) «Преддипломная практика» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
1. Инструктаж по технике безопасности	Рабочий график (план), Отметки о прибытии и выбытии, Отчет о практике
2. Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	Отчет по практике, включающий в себя: <ul style="list-style-type: none"> а) аналитические и творческие материалы (портфолио работ); б) дневник практики; в) самохарактеристику; г) отзыв руководителя практики от организации.
3. Подготовка и защита отчёта по практике	Отчет по практике, включающий в себя: <ul style="list-style-type: none"> а) аналитические и творческие материалы (портфолио работ); б) дневник практики; в) самохарактеристику; г) отзыв руководителя практики от организации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Оценочные материалы промежуточной аттестации (формы отчетности по практике)

К защите отчета по практике допускаются обучающиеся, предоставившие полный комплект закрывающих практику документов.

Защита отчета проходит в последний день практики (с учетом календарного учебного графика по образовательной программе).

Отчеты по практике, выполненные на русском языке, подлежат проверке на объем неправомерных заимствований. Итоговая оценка оригинальности текста отчета по практике определяется в системе «Антиплагиат. ВУЗ» и закрепляется на уровне согласно стандартам, принятым в Алтайском филиале РАНХиГС.

Структура отчета по практике должна включать следующие разделы:

Титульный лист.

Содержание (с обозначением номеров страниц).

Введение, в котором дается обоснование актуальности выбранной темы, цель, задачи, объект и предмет практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики. Сформулированные цель и задачи, которые автор ставит в введении, решаются в ходе выполнения практики.

Основная текстовая часть. В ней дается краткая характеристика обследуемого предприятия; краткий анализ его основной деятельности и определяется роль, значение и сущность его маркетинговой деятельности. Исследуются конкуренты предприятия, потребители и структура. Изложение в ней материала должно быть последовательным.

Аналитическая часть. В ней анализируются все собранные в ходе обследования материалы с приложением таблиц, схем, графиков, диаграмм, вопросников и пр.

Заключение, в котором подводятся основные итоги проделанной практикантом работы, делаются выводы.

Список информационных источников и литературы. Включает издания, использованные при написании отчета. Список источников формируется по отдельным группам изданий: законодательные акты, нормативно-правовые документы, сборники документов, периодическая печать, монографии. Внутри выбранных групп источники, как правило, располагаются по хронологическому принципу. Список исследований составляется в алфавитном порядке фамилий авторов.

Приложения, включающие в себя основные и промежуточные материалы обследования (разработанные документы, структуры, графики, диаграммы).

Объем отчета о прохождении практики - 1 печатный лист (24 машинописных страницы по 1800 знаков). Отчет должен быть напечатан на писчей бумаге формата А4 с одной стороны листа 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должна быть заверена печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе.

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах.

Вместе с отчетом студент представляет характеристику с места прохождения практики (характеристика должна быть заверена печатью организации, в которой студент проходил практику).

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе.

Содержание включает в себя введение, содержание основных разделов, заключение, список информационных источников и литературы и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы отчета.

Во введении к отчету дается оценка современного состояния изучаемой проблемы (актуальность) и взаимосвязь исследования с другими научно-исследовательскими работами (например, курсовыми). Также приводятся цели и задачи данного этапа исследования, их место в общем объеме исследовательской работы студента.

Содержание основной части определяется студентом совместно с руководителем практики от кафедры, исходя из специфики объекта исследования и стоящих задач по написанию выпускной квалификационной работы.

Собранную информацию можно представить в следующих разделах:

1. Предприятие как хозяйствующий субъект.

Устав и паспорт предприятия, его организационно-правовая форма, цели и масштаб деятельности. Оценка и анализ экономической деятельности предприятия за ряд лет. Организационная структура предприятия, функции и задачи структурных подразделений. Взаимоотношения предприятия с элементами рыночной инфраструктуры, с государственными органами власти различных уровней, с другими хозяйствующими субъектами.

2. Анализ деятельности коммуникационных служб, методологические и организационные особенности выработки коммуникационных стратегий предприятия.

Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Структура службы маркетинга на предприятии. Методы проведения маркетинговых исследований.

Номенклатура выпускаемой продукции. Проведение анализа ассортиментной политики предприятия и применяемых товарно-ассортиментных стратегий. Определение снабженческо-сбытовой политики. Производственно-технологическая и инновационная политика предприятия. Ценовая политика. Разработка программы мер по снижению издержек. Анализ существующих сбытовых сетей и системы снабжения. Выработка оптимальной маркетинговой стратегии предприятия.

3. Анализ положения предприятия на рынке и конкурентоспособности продукции предприятия.

Внешняя среда маркетинга. Размер рынка, масштабы конкуренции. Анализ сильных и слабых сторон предприятия относительно своих конкурентов. Анализ конкурентоспособности продукции предприятия и эффективности маркетинговой деятельности. Оценка конкурентоспособности предприятия в целом. Факторы риска.

Анализ тенденций развития рынков выпускаемой продукции. Изучение стратегии поведения предприятия на рынке предложения по ее совершенствованию.

4. Маркетинговый аудит предприятия.

Проведение первоначального анализа закрепления и выполнения функций маркетинга структурными подразделениями предприятия. Распределение функций маркетинга по структурным подразделениям организации заполнить в форме таблицы в разрезе структурных подразделений предприятия и выполняемых маркетинговых функций.

При проведении маркетингового аудита предприятия (организации) студенту необходимо ответить на следующие вопросы:

Существует ли служба маркетинга на предприятии?

Выделена ли служба маркетинга в самостоятельное подразделение?

Каков вид организации службы маркетинга (функциональная, товарная, товарнофункциональная, рыночная, рыночно-функциональная, товарно-рыночная)?

Есть ли связь управления маркетинга с управлением финансами, производством, НИОКР, кадрами?

Выполняются ли такие функции маркетинга, как:

- исследование рынка;
- изучение потребителя;
- планирование ассортимента;
- анализ каналов сбыта продукта;
- формирование ценовой стратегии и определение ценовой политики;
- исследование конкурентов;
- разработка коммуникационной политики предприятия.

Составляются ли планы маркетинга:

- стратегический план
- годовой план
- текущий план.

Как часто предприятие проводит исследования рынка, изучает заказчиков, каналы сбыта и конкурентов? В какой степени руководство осведомлено о потенциале и прибыльности различных сегментов?

Насколько текущая стратегия маркетинга соответствует производственной программе организации? Насколько согласовано управление маркетингом с имеющимися ресурсами? Насколько эффективно управление реагирует на неожиданное изменение рыночной ситуации? Какое направление маркетингового исследования считаете необходимым для Вашего предприятия? Какой метод проведения маркетингового исследования Вы считаете наиболее эффективным?

5. Оценка эффективности коммуникационной деятельности на предприятии и разработка предложений по ее совершенствованию. Учитывая, что преддипломная практика является завершающим этапом обучения, следует иметь в виду, что на этом этапе идет сбор данных, осуществляются расчеты и проверяются возможные решения, излагаемые в выпускной квалификационной работе.

Заключение должно содержать:

- краткие выводы по результатам прохождения практики.
- оценку полноты решения поставленных задач.

В приложения рекомендуется включать материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть отражены в основной части (формы бухгалтерской и статистической отчетности, прайс-листы, тексты договоров, положений о структурных подразделениях, анкеты и т. д.).

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку считаются имеющими академическую задолженность и обязаны ликвидировать академическую задолженность в порядке, установленном в локальных документах

Промежуточная аттестация осуществляется в соответствии с учебным планом в форме зачета с оценкой, который выставляется по результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета с представлением презентации.

Шкала оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценки результатов практики
------------------	--------------------------------------

«отлично»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики 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.</p> <p>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».</p>
«хорошо»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «хороший».</p>
«удовлетворительно»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне - «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет 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.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>