

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

26 июня 2024 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с
общественностью в государственных и коммерческих структурах

Квалификация выпускника – Магистр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Составитель И.А. Кунгушева, доцент, к.филол.н.

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Программа практики составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 528

Программа практики обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

26 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

26 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

26 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

26 июня 2024 г.

1. ТИП ПРАКТИКИ И СПОСОБ ПРОВЕДЕНИЯ

1.1. Тип (форма проведения) практики

Преддипломная практика.

1.2. Способы проведения практики

Стационарная; выездная

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Целью преддипломной практики является совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформления ее результатов; формирование навыков выполнения учебно-научного сочинения квалификационного характера; подготовка материалов для выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

Задачами преддипломной практики является:

- 1) сбор данных, необходимых для написания квалификационного сочинения;
- 2) обработка научной литературы по проблемам, рассматриваемым в диссертационном сочинении (ее анализ в проблемном аспекте), систематизация и обобщение полученной теоретической информации, оформление в виде специальной главы;
- 3) обработка фактического рекламного или ПР-материала, его структурирование в избранных аспектах и описание в виде специальной главы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|---|---|
| Системное критическое мышление и | УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | ИД-1УК-1 Осуществляет анализ критических ситуаций и определяет направленность деятельности в научной, информационно-правовой и профессиональной сфере |
| Разработка и реализация проектов | УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | ИД-1УК-2 Демонстрирует способность управления разного рода проектами в области рекламы и связей с общественностью |
| Коммуникация | УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | ИД-1УК-4 Знает особенности применения коммуникативных технологий на русском и иностранном языке в общемедийном и профессиональном языковом пространстве |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) и | УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты | ИД-1УК-6 Демонстрирует способность психологически и организационно определять приоритеты собственной |

| | | |
|--|---|--------------|
| | собственной деятельности и способы совершенствования на основе самооценки | деятельности |
|--|---|--------------|

3.2 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

| Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции |
|--|--|
| ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью | ИД-1ПК-1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства ИД-2ПК-1 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИД-3ПК-1 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ИД-4ПК-1 На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы |
| ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы | ИД-1ПК-2 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИД-2ПК-2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью. |
| ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-1ПК-3 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2ПК-3 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИД-3ПК-3 Формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны ИД-4ПК-3 Интегрирует коммуникации для |

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Программа преддипломной практики составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью». Данная практика относится к дисциплинам учебного плана «Практики». В преддипломной практике принимают участие магистранты второго курса, обучающиеся по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

В теоретическом аспекте программа практики студентов базируется на цикле общепрофессиональных и профессиональных дисциплин, предусмотренных учебным планом, таких как: «Теория и практика коммуникаций в связях с общественностью», «Теория и практика рекламной коммуникации», «Имиджмейкинг в профессиональной деятельности», «Медиапланирование», «Стратегический маркетинг в коммерческих и государственных структурах», «Информационные технологии в профессиональной и научной деятельности» и др.

Практика призвана способствовать формированию представлений о том, как осуществляются коммуникационные процессы в межличностной, культурной, образовательной сферах; сбор и систематизация практической информации по теме будущих исследований в области рекламы и связей с общественностью; разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной и пиар-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках подготовки выпускной квалификационной работы.

Методической и исследовательской базой практики является опыт выполнения курсовой работы по профессиональной проблематике, учебные и производственные практики, учебные курсы по информационным технологиям в рекламе и ПР.

Знания, умения, навыки и материалы, полученные в ходе преддипломной практики, будут использованы студентами прежде всего в подготовке выпускной квалификационной работы в области рекламы и связей с общественностью.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика проводится на базе предприятий, организаций, учреждений различных организационно–правовых форм, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО «Реклама и связи с общественностью»:

- на базе специализированной лаборатории университета;
- в специализированных PR и рекламных агентствах;
- в отделах по связям с общественностью;
- в отделах рекламы;
- в пресс-службах, средствах массовой информации (редакции газет, телевизионных каналах);
- в профильных подразделениях различных общественных организаций;
- в профильных подразделениях коммерческих структур;
- в областных, городских, местных администрациях;
- в аппаратах политических партий и др.

Преддипломная практика может проводиться на базе подразделений Амурского государственного университета, а также на базе научных библиотек, учебно-научных центров, архивов, научных лабораторий и других подразделений, реализующих цели и задачи преддипломной практики.

Студенты направляются для прохождения практики в ту организацию, с которой имеется договор, подтверждающий готовность организации принять студентов на практику.

Преддипломная практика организуется в 2 учебном семестре, рассчитана на 6 недель.

6. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ

Объем практики: 324 ч. (9 з.е.). Продолжительность – 6 недель.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

| № п/п | Разделы (этапы) практики | Содержание раздела (этапа) практики | Трудоемкость (в академических часах) |
|-------------------|---|---|--------------------------------------|
| 1 | Вводное консультирование. Подготовительный этап – планирование содержания ВКР. Сбор данных. | Установочная конференция. Составление плана выпускной квалификационной работы. Сбор данных, необходимых для написания квалификационного сочинения. | 65 |
| 2 | Подготовительный этап – обработка данных. Описание данных. Систематизация данных. | Обработка научной литературы по проблемам, рассматриваемым в диссертационном сочинении (ее анализ в проблемном аспекте). Составление библиографии. Систематизация и обобщение полученной теоретической информации | 65 |
| 3 | Теоретический этап | Оформление информации в виде специальной теоретической главы диссертации. | 65 |
| 4 | Практический этап – обработка. Структурирование. | Обработка фактического (эмпирического) материала. Структурирование фактического материала в избранных аспектах и описание в виде специальной главы. | 65 |
| 5 | Завершающий этап. Итоговая конференция по практике. | Составление отчета по практике. Итоговая конференция по практике. | 64 |
| Итого 324.0 часов | | | |

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ

Практика носит научно-производственный характер. При ее проведении используются образовательные технологии в форме консультаций, самостоятельной работы и конференции по итогам практики. Руководитель практики от предприятия проводит обязательно инструктаж о необходимых мерах по технике безопасности. Рекомендуется использование информационных технологий при организации коммуникации со студентами для предоставления информации, выдачи рекомендаций и консультаций (электронная почта).

Студенты могут проходить практику группами, состоящие из нескольких человек или индивидуально. Поэтому руководитель практики использует групповой и индивидуальный методы работы. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента и предполагает вариативность участия в работе студентов с различной степенью активности и инициативности. Индивидуальный метод заключается в раскрытии личностных возможностей обучающихся: их качеств, уровня языковой подготовки, умения самостоятельно включаться в процесс общения, управлять ситуацией общения.

Информационно- компьютерные технологии – создание электронного образовательного ресурса (электронной презентации к защите ВКР) – с целью систематизации и творческого освоения знаний по одному из разделов или тем курса. На этапе пополнения библиографии предполагается работа с электронными каталогами научной библиотеки Амурского государственного университета, с ресурсами Интернет; при подготовке обзора изученной литературы, обобщения полученных данных, схематизации обработанной научной информации студенты пользуются персональными компьютерами.

Подготовка текста выпускного квалификационного сочинения предполагает:

- 1) самостоятельное осмысление студентом различных научных концепций, точек зрения, а также формирование собственной позиции по дискуссионным проблемам;
- 2) самостоятельный анализ, интерпретацию, оценку исследуемого языкового материала;
- 3) аргументированную защиту собственной позиции, выводов по результатам исследования в процессе обсуждения материалов практики с научным руководителем.

9. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

По окончании практики студент представляет руководителю практики, предусмотренные заданием материалы и отчет. С учетом состояния работы студентов составляется график защиты отчетов. В порядке отчета каждый студент представляет руководителю:

- 1) письменный отчет о выполнении плана практики.

Отчет должен включать: титульный лист; индивидуальное задание, содержание с указанием страниц отчёта, введение, основная часть отчета, соответствующая требованиям ПП, заключение; список использованных источников;

- 2) дневник практики, в котором должны быть зафиксированы ежедневные данные о проделанной работе, заверенные подписью руководителя практики от предприятия;

- 3) отзыв – характеристику руководителя практики от предприятия. Отзыв должен быть оформлен в дневнике практиканта и содержать краткую характеристику деятельности студента на предприятии и оценку знаний и умений, которые проявил студент.

- 4) приложения к отчету (при необходимости):

черновой вариант текста диссертационного сочинения;

аналитические материалы, таблицы, схемы и графики;

образцы PR-материалов (рекламных);

Зачет по результатам практики выставляется после проверки всех представленных материалов, презентации результатов практики и собеседования со студентом по данным материалам и при наличии черновика ВКР.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время. Студенты, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом.

Подведение общих итогов практики проходит на конференции (публичная защита) по итогам преддипломной практики.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

Цель аттестации - проверка степени усвоения учебно- научного материала за время прохождения практики, уровня сформированности компетенций после завершения преддипломной практики. Аттестация проходит в форме защиты отчета по практике.

Задачи промежуточной аттестации:

1. Определение уровня усвоения учебной дисциплины;
2. Определение уровня сформированности универсальных и профессиональных компетенций.

Текущий контроль:

- 1) опрос по итогам инструктажа по технике безопасности: студент должен продемонстрировать знания основных правил техники безопасности при работе с оборудованием;
- 2) собеседование по итогам инструктажа по содержанию практики предполагает знание требований к практике, предусмотренных программой практики, требований к оформлению индивидуального дневника практики, отчета по практике, сроков прохождения практики, получение, знание индивидуального задания на прохождение практики;
- 3) конспекты и другие виды работ, составленные и оформленные в соответствии с требованиями рабочей программы практики;
- 4) отчет по практике, представляющий собой обобщение материалов практики (аннотированное изложение основных источников по теме проекта);
- 5) дневник практики, оформленный в соответствии с Положением о порядке проведения практики студентов ПУД СМК 48-2016;
- 6) доклад по итогам прохождения преддипломной практики.

В текст отчета помещаются аналитические материалы в аспекте ВКР. В приложении к отчету приводятся документы, необходимые для создания и защиты ВКР.

К отчету прилагается черновик ВКР.

Проверка отчетов по практике проводится в течение недели после ее завершения.

Проверка презентации, текста доклада, черновика ВКР.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенции, а также методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков, отражены в фонде оценочных средств по преддипломной практике практики.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины: зачет с оценкой.

По результатам прохождения практики проводится текущий контроль и промежуточная аттестация по основным вопросам, являющимся одновременно и разделами предоставляемого отчета.

Примерные вопросы к зачету (с оценкой)

1. Принципы интерпретации исследуемого объекта в рамках выбранной научной концепции и научных подходов.
2. Системная характеристика изучаемого объекта рекламы или ПР
3. Связь изучаемого объекта со смежными объектами, особенности его развития, функционирования.
4. Актуальные вопросы, обсуждаемые в научной литературе по теме, избранной для ВКР.
5. Дискуссионные аспекты вопросов, рассматриваемых в ВКР.
6. Демонстрация навыков самостоятельного анализа, интерпретации и описания изучаемого объекта в аспектах, определенных задачами выпускной квалификационной работы, в соответствии с современным уровнем развития науки.
7. Обоснование актуальности ВКР.
8. Обоснование теоретической значимости ВКР.
9. Обоснование практической значимости ВКР.
10. Обоснование новизны ВКР.
11. Обоснование объекта и предмета исследования в ВКР.
12. Обоснование гипотезы исследования в ВКР.
13. Обоснование положений, выносимых на защиту, в ВКР.

14. Обоснование методологической основы ВКР.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ПРАКТИКЕ

11.1. Литература

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137769.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57030.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Бессонова, Н. В. Композиция и дизайн в создании мультимедийного продукта: учебное пособие / Н. В. Бессонова. — Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ, 2016. — 101 с. — ISBN 978-5-7795-0770-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68773.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/68773>
4. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535911> (дата обращения: 03.04.2024).
5. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект / Т. Э. Гринберг. — Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. — 324 с. — ISBN 978-5-211-06399-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/54633.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937> (дата обращения: 03.04.2024).
7. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы: учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543207> (дата обращения: 03.04.2024).
8. Кольшкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541700> (дата обращения: 03.04.2024).
9. Куклина, Е. Н. Организация самостоятельной работы студента: учебное пособие для вузов / Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06270-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538528> (дата обращения: 03.04.2024).
10. Марусева, И. В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы. Часть 1. Теоретические основы дипломного проектирования. Рынок, PR и реклама: учебное

пособие / И. В. Марусева. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 232 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/38998.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/38999.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

12. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535961> (дата обращения: 03.04.2024).

13. Радомский, В. М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе: учебное пособие / В. М. Радомский. — Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2012. — 148 с. — ISBN 978-5-9585-0483-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20466.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

14. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535593> (дата обращения: 03.04.2024).

15. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542705> (дата обращения: 03.04.2024).

11.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

| № | Наименование | Описание |
|---|--|--|
| 1 | LibreOffice | Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/ |
| 2 | Mozilla Firefox | Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/ |
| 3 | http://www.iprbookshop.ru | Электронно-библиотечная система IPRbooks – научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. |
| 4 | ЭБС ЮРАЙТ https://www.biblio-online.ru/ | Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов. |
| 5 | http://www.elibrary.ru | Научная электронная библиотека. Крупнейший российский информационный портал, содержащий |

| | | |
|---|---|---|
| | | тексты научных статей, публикаций, электронные версии 220 научных журналов. |
| 6 | https://cyberleninka.ru/ | Научная электронная библиотека |

11.3. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

| № | Наименование | Описание |
|---|--|---|
| 1 | https://scholar.google.ru/ | Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин. |
| 2 | https://uisrussia.msu.ru/ | Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ). |
| 3 | http:// www.ict.edu.ru/about | Информационно- коммуникационные технологии в образовании - федеральный образовательный портал. |
| 4 | https://www.raso.ru/ | Российская Ассоциация по Связям с Обществом. Официальный сайт. |
| 5 | http:// www.advi.ru | Российский журнал «Рекламные идеи» Ресурс включает новейшие разработки в области брэндинга (создания и продвижения на рынок торговых марок) и креатива. |
| 6 | http://www.outdoor.ru/ | Специализированный портал Outdoor.ru Профессиональный отраслевой ресурс «Outdoor Media» посвящен индустрии рекламы, содержит тематические информационно- образовательные данные. |
| 7 | http://www.rwr.ru/ | Реклама в России. Информационный портал сожаций информацию о законодательстве в области рекламы. Новые идеи и решения, рубрики "Наружная реклама", "Реклама в прессе", "Public Relations", "Медиопланирование", "Электронные СМИ", "Маркетинг", Наружная реклама" и пр. |
| 8 | http://www.advertme.ru/ | AdvertMe. Рекламный портал. Специализированный интернет- проект содержащий информацию о рекламном бизнесе, pr, брэндинге, маркетинге и менеджменте |

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

При выполнении различных видов работ на практике используются следующие информационные технологии: системы мультимедиа; самостоятельная работа с учебной, учебно- методической и научной литературой, с источниками Интернет, с использованием справочно- правовых систем и электронных библиотечных информационно-справочных систем;

При осуществлении образовательного процесса для прохождения практики используются следующие информационные технологии:

Internet – технологии:

WWW(англ. WorldWideWeb – Всемирная Паутина) – технология работы в сети с гипертекстами;

FTP (англ. FileTransferProtocol – протокол передачи файлов) – технология передачи по сети файлов произвольного формата и другие.

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Организация располагает материально- технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы

обучающихся, предусмотренных учебным планом. Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах.

Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.