

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

29 апреля 2025 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
«УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ
ПРАКТИКА)»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с
общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2025

Форма обучения – Очная

Составитель М.А. Куроедова, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Программа практики составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 512

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

10.02.2025 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Блохинская А.В. Блохинская

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

29 апреля 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

29 апреля 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Блохинская А.В. Блохинская

29 апреля 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

29 апреля 2025 г.

1. ТИП ПРАКТИКИ И СПОСОБ ПРОВЕДЕНИЯ

1.1. Тип (форма проведения) практики

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика).

1.2. Способы проведения практики

Выездная и стационарная

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, а также получение необходимых универсальных и общепрофессиональных компетенций являются целью настоящей практики

Основными принципами проведения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются интеграция теоретической, профессионально-практической, учебной деятельности студентов.

В процессе практики студенты реализуют следующие задачи:

- формирование навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- подготовка к изучению профильных дисциплин и к прохождению производственных практик (профессионально-творческих);
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- приобретение умений и навыков профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии;
- изучение и анализ особенностей организации рекламной/ PR – деятельности на конкретном предприятии (организации);
- участие в организации и проведении специальных коммуникационных мероприятий по рекламе/связям с общественностью;
- формирование навыков работы над созданием текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования.

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
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1 УК-2 Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними ИД-2 УК-2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта ИД-3 УК-2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. ИД-4 УК-2 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в

		соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач ИД-5 УК-2 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 УК-3 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ИД-2 УК-3 При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; ИД-3 УК-3 Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого; ИД-4 УК-3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; ИД-5 УК-3 Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД – 1 УК-6 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; ИД – 2 УК-6 Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста ИД – 3 УК-6 Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста ИД – 4 УК-6 Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития

3.2 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1ОПК-1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИД-1ОПК-2 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2ОПК-2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-1ОПК-6 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ИД-2ОПК-6 Применяет современные цифровые платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и пиар и иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	ИД-1ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-2ОПК-7

	ответственности	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
--	-----------------	---

4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

В теоретическом аспекте программа практики студентов базируется на цикле общепрофессиональных дисциплин, предусмотренных учебным планом: «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Маркетинг в профессиональной деятельности», "Менеджмент в профессиональной деятельности". Практика призвана способствовать формированию представлений о том, как осуществляются:

- профессиональные функции в области рекламы и связи с общественностью в различных структурах;
 - работа в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
 - как осуществляется оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
 - как проводятся мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок;
 - как оценивается эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.
- Знания, навыки, умения и материалы, полученные в ходе учебной практики, будут использованы студентами прежде всего при написании курсовой работы в рамках «Спецсеминара (технологии в рекламе и связях с общественностью)», при изучении дисциплин «Современная пресс- служба», «Организация работы отделов рекламы и ПР», «Брендинг», "Имиджмейкинг в рекламе и связях с общественностью", а также получение студентами дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Учебная практика (профессионально- ознакомительной) проводится на базе предприятий, организаций, учреждений различных организационно – правовых форм, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»:

- 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.

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

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

СЕМЕСТР 2.

Объем практики в зачетных единицах составляет 3 з.ед, 108 академических час.

Длительность практики - 2 недели

Иная контактная работа - 2

Самостоятельная работа - 106

Зачет с оценкой - 0

СЕМЕСТР 4.

Объем практики в зачетных единицах составляет 3 з.ед, 108 академических час.

Длительность практики – 2 недели.

Иная контактная работа - 2

Самостоятельная работа - 106

Зачет с оценкой - 0

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание раздела (этапа) практики	Трудоемкость (в академических часах)
1	СЕМЕСТР 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ	Организационное собрание по практике. Цель, задачи, содержание, общий порядок прохождения практики и порядок оформления и предоставления отчета, индивидуальный план работы. Инструктаж о необходимых мерах по технике безопасности на объектах. Составления графика плана практики.	2
2	ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ	Знакомство со структурой организации правилами внутреннего распорядка и особенностью осуществления деятельности. Изучение внутренних уставных и регламентных документов организации. Определение обязанностей на рабочем месте, где осуществляется практика. Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественность	8
3	ОСНОВНОЙ	Анализ истории и современного состояния предприятия, его задачи и функции. Выполнение задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами: подготовка текстов рекламы и/или пиар-текстов Разработка проекта макетов рекламного продукта/пиар-продукта, предложения по возможности их использования и/или совершенствования Участие в рекламной и пиар-деятельности	94

4	ЗАВЕРШАЮЩИЙ	Оформление дневника по практике. Оформление отчета по практике. Подготовка презентации. Подготовка к защите практики.	4
5	СЕМЕСТР 4. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ	Организационное собрание по практике. Цель, задачи, содержание, общий порядок прохождения практики и порядок оформления и предоставления отчета, индивидуальный план работы. Инструктаж о необходимых мерах по технике безопасности на объектах. Составления графика плана практики.	2
6	ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ	Знакомство со структурой организации правилами внутреннего распорядка и особенностью осуществления деятельности. Изучение внутренних уставных и регламентных документов организации. Определение обязанностей на рабочем месте, где осуществляется практика. Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью.	8
7	ОСНОВНОЙ	Анализ истории и современного состояния предприятия, его задачи и функции. Выполнение задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами: подготовка текстов рекламы/ пиар-текстов. Разработка проекта макетов рекламного продукта/пиар-продукта, предложения по возможности их использования и/ или совершенствования текстов. Участие в рекламной и пиар-деятельности	94
8	ЗАВЕРШАЮЩИЙ	Оформление дневника по практике. Оформление отчета по практике. Подготовка презентации. Подготовка к защите практики	4
Итого 216.0 часов			

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ
В процессе организации практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные

образовательные и научно-производственные технологии.

1. Мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами. Это позволяет руководителям и специалистам предприятия (организации) экономить время, затрачиваемое на изложение необходимого материала и увеличить его объем.
2. Дистанционная форма консультаций во время прохождения конкретных этапов практики и подготовки отчета.
3. Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для систематизации и обработки данных, разработки системных моделей, программирования и проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

9. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

При возвращении с практики в университет студент вместе с руководителем от кафедры обсуждает итоги практики и собранные материалы. В дневнике по практике руководитель дает отзыв о работе студента, ориентируясь на его доклад и отзыв руководителя от производственной организации, приведенный в дневнике.

Отчет по практике должен иметь описание проделанной работы; самооценку о прохождении практики; выводы и предложения по организации практики и подпись студента.

Объем отчета, как правило, составляет от 25 до 45 страниц. Текст отчета печатается на листах формата А4. Поля на листах: слева – 30 мм, справа – 20 мм, сверху – 20 мм, снизу – 20 мм. Использовать шрифт Times New Roman кегль 14, интервал 1,5. Все страницы отчета нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы. Первой страницей считается титульный лист, на ней цифра 1 не ставится, на следующей странице ставится цифра 2 и т.д. Порядковый номер печатается справа внизу страницы.

Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТом.

Примерный план отчета по практике.

титульный лист;

содержание;

введение;

основная часть;

заключение;

приложения (тексты рекламы/пиар-тексты, рекламные и пиар-проекты).

Аттестация по итогам практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета и отзыва руководителя практики от предприятия (если практика проходила на предприятии).

Для защиты индивидуальных отчетов на кафедре создается комиссия, включающая преподавателей кафедры РЯКиЖ и представителей от организаций, на которых выполнялась практика (по согласованию).

По окончании практики студент представляет в комиссию для зачисления практики следующие документы:

1. Индивидуальное задание на период практики дается студенту заранее, с ним он должен прийти на производство.
2. Дневник прохождения практики с краткими сведениями о проделанной работе. Дневник заполняется в ходе практики.
3. Отзыв и заключение руководителя о выполнении практики студента, подписанный руководителем организации и заверенный печатью предприятия. В отзыве анализируется качество выполнения студентами практики, полученные умения и навыки по выполнению функциональных обязанностей на первичных должностях, организаторские способности студента, состояние трудовой и производственной дисциплины, требовательность, исполнительность, инициатива.
5. Отчет по практике.

6. Презентация не менее 15 слайдов для защиты практики.
Форма промежуточной аттестации по итогам практики – зачет с оценкой.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРАКТИКЕ

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, а также методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков отражаются в фонде оценочных средств по программе Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика).

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.

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ПРАКТИКЕ

11.1. Литература

1. SEO- копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78250.html> (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565960> (дата обращения: 07.04.2025).
3. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75579.html> (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. 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: 07.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560265> (дата обращения: 07.04.2025).
6. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR- текста : учебник для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563394> (дата обращения: 07.04.2025).
7. 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](https://www.iprbookshop.ru/54633.html) (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. Н. Булатова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с. — ISBN 978-5-8154-0229-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/22113.html](https://www.iprbookshop.ru/22113.html) (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html> (дата обращения: 07.04.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561023> (дата обращения: 07.04.2025).

11. Учебно-методическое обеспечение практик [Электронный ресурс] : по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / АмГУ, ФФ ; сост. М. А. Куроедова. - Благовещенск : Изд- во Амур. гос. ун- та, 2017. - 18 с. - Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8177.pdf

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	Электронно-библиотечная система IPRbooks 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.
3	Электронная библиотечная система «Юрайт» https://urait.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.

11.3. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	https://minobrnauki.gov.ru/	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
2	http://window.edu.ru	Единое окно доступа к образовательным ресурсам
3	https://scholar.google.ru/	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.

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

Материально-техническая база предприятия, на котором проводится практика, соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам. Во время прохождения практики обучающийся использует современную компьютерную технику, программные и технические средства, предоставляемые на предприятии (организации).

Практика проводится в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Все помещения, в которых проводятся занятия, соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам. Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета.

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