

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

« 1 » сентября 2023 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
«ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ
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 – 2023

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

01.09.2023 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2023 г.

1. ТИП ПРАКТИКИ И СПОСОБ ПРОВЕДЕНИЯ

1.1. Тип (форма проведения) практики

Производственная практика (профессионально-творческая 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 и опыта применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно- практической работы, а также получение необходимых универсальных и профессиональных компетенций, формирование у студентов более глубокого понимания специфики работы специалистов в области рекламы и PR- коммуникации, подготовка к различным формам рекламной и PR- работы является целью настоящей практики

Основными принципами проведения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности студентов являются интеграция теоретической и профессионально-творческой деятельности.

В процессе практики студенты реализуют следующие задачи:

- * формирование профессиональных умений и опыта в сфере профессиональной деятельности;

- * закрепление теоретических знаний, полученных при изучении модуля дисциплин профессионального цикла;

- * подготовка к изучению профильных дисциплин;

- * приобретение умений и опыта профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии;

- * овладеть навыками организационно- управленческой работы с малыми коллективами;

- * участие в организации и проведении специальных мероприятий по рекламе и связям с общественностью;

- * развитие креативного потенциала, способности самостоятельно формировать цели, идеи и разрабатывать приемы рекламы и PR – работы;

- * развитие способности планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

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 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК 1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ИД-1ПК-1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и/или связям с общественностью и/или при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ИД-2ПК-1 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ИД-3ПК-1 Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре</p>
ПК 2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ИД-1ПК-2 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ИД-2ПК-2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ИД-3ПК-2 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний</p> <p>ИД-4ПК-2 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>
ПК 3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ИД-1ПК-3 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и/или реализации коммуникационного продукта</p> <p>ИД-2ПК-3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ИД-3ПК-3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>

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», «Компьютерные технологии в дизайне рекламы и связях с общественностью», «Медиапланирование», «Брендинг», «Социология», «Спецсеминар (технологии в рекламе и связях с общественностью)», "Основы проектной 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 производственной 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», а также получение студентами дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Производственная практика 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 6

Объем практики в зачетных единицах составляет 6 з.ед, 216 академических часов (из них 2 академических часа контактной работы).

Длительность практики – 4 недели.

СЕМЕСТР 8

Объем практики в зачетных единицах составляет 12 з.ед, 432 академических часов (из них 2 академических часа контактной работы).

Длительность практики – 8 недели.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание раздела (этапа) практики	Трудоемкость (в академических часах)
1	СЕМЕСТР 6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ	<p>Организационное собрание по производственной практике.</p> <p>Цель, задачи, содержание, общий порядок прохождения практики и порядок оформления и предоставления отчета, индивидуальный план работы.</p> <p>Инструктаж о необходимых мерах по технике безопасности на объектах.</p>	2
2	ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ	<p>Знакомство со структурой организации правилами внутреннего распорядка и особенностью осуществления деятельности.</p> <p>Изучение внутренних уставных и регламентных документов организации.</p> <p>Определение обязанностей на рабочем месте, где осуществляется практика.</p> <p>Анализ истории и современное состояние предприятия.</p> <p>Анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы/связях с общественностью.</p> <p>Анализ контента корпоративного интернет-сайта организации-базы практики и ее аккаунтов в социальных сетях, полученную информацию обработать и систематизировать</p> <p>Анализ рекламной/PR-деятельности базы практики, сбор материалов о проводимых рекламных и PR акциях, корпоративной культуре, внутренних коммуникациях и т.д.</p>	20
3	ОСНОВНОЙ	<p>Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>Создание текстов рекламы/связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p> <p>Участие в рекламной и пиар-деятельности</p>	186
4	ЗАВЕРШАЮЩИЙ	<p>Оформление дневника по практике.</p> <p>Оформление отчета по практике.</p>	8

		Подготовка презентации. Подготовка к защите практики.	
5	СЕМЕСТР 8. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ	Организационное собрание по производственной 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.	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. Анализ истории и современное состояние предприятия. Анализ нормативно-правовых документов, которые используются в организации для регулирования деятельности в сфере рекламы/связях с общественностью. Анализ контента корпоративного интернет-сайта организации-базы практики и ее аккаунтов в социальных сетях, полученную информацию обработать и систематизировать Анализ рекламной/PR-деятельности базы практики, сбор материалов о проводимых рекламных и PR акциях, корпоративной культуре, внутренних коммуникациях и т.д.	20
7	ОСНОВНОЙ	Разработка рекламных и/или PR – материалов. Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. Создание основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. Участие в рекламной и пиар-деятельности.	402
8	ЗАВЕРШАЮЩИЙ	Оформление дневника по практике. Оформление отчета по практике. Подготовка презентации.	8

	Подготовка к защите практики.	
Итого 648.0 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;

библиографический список;

приложения (при необходимости).

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 так же методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков отражаются в фонде оценочных средств по программе «Производственная практика (профессионально-творческая 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. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 06.02.2023).

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510610> (дата обращения: 06.02.2023).

3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518406> (дата обращения: 06.02.2023).

4. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-2381-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44973.html> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. 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> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. 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: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

11.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система Linux	GNU-лицензия (GNU General Public License)
2	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
3	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.
4	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	https://scholar.google.ru/	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
3	https://elibrary.ru/	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
4	http://www.humanities.edu.ru/	Федеральный портал "Социально-гуманитарное и политологическое образование" -

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.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер, экран, – и учебно- наглядные пособия (видеоролики с примерами ситуаций, демонстрационные тексты).

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.