

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления

проф., д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«13» июня 2022 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ  
вид практики

профессионально-ознакомительная  
тип практики

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург –2022

## Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

старший преподаватель  
(должность, уч. степень, звание)

  
(подпись, дата)

10.06.2022

М.Б. Капелюш  
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62  
«13» июня 2022 г, протокол № 11

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.  
(уч. степень, звание)

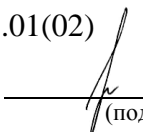
  
(подпись, дата)

13.06.2022

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(02)

проф., д.э.н., проф.  
(должность, уч. степень, звание)

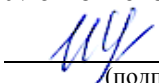
  
(подпись, дата)

13.06.2022

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц.  
(должность, уч. степень, звание)

  
(подпись, дата)

13.06.2022

И.М. Евдокимов  
(инициалы, фамилия)

## Аннотация

Учебная профессионально-ознакомительная практика входит в состав обязательной части образовательной программы подготовки обучающихся по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Организацию и проведение практики осуществляет кафедра №62.

Цель проведения учебной практики:

(вид практики)

- является систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний, формирование практических умений, общекультурных, профессиональных компетенций и профессиональных компетенций профиля на основе изучения работы социальных сетей;
- формирование у студентов общего представления об организации работы на предприятиях или рекламных агентствах, или иных объектах в онлайн среде;
- ознакомление студента с социальными сетями и их применении в продвижении компании или блога;

В результате прохождения учебной практики студент должен освоить профессиональную терминологию специалиста по рекламе и связям с общественностью, получить представления о сфере работы специалиста.

Задачи проведения учебной практики:

(вид практики)

- овладение профессиональными навыками работы и решения практических задач при разработке и продвижении блога в социальных сетях;
- приобретение студентами практического опыта работы в коллективе/командной работе;
- сбор материалов (контента) для ведения блога в течение семестра;
- изучение и анализ внешних и внутренних условий деятельности, выбранной студентами социальных сетей, специфики ведения бизнеса и особенностей системы управления;
- ознакомление с правовыми, нормативными, организационно распорядительными документами и внутренними стандартами, и другими документами, которыми руководствуется в своей деятельности социальные сети при осуществлении деятельности;
- ознакомление, изучение и практическое освоение основных направлений продвижения блога в социальных сетях;
- подготовка письменного отчета о результатах прохождения учебной практики.

Учебная профессионально-ознакомительная практика обеспечивает формирование у обучающихся следующих

универсальных компетенций:

УК-6 «Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни»;

обще профессиональных компетенций:

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»;

ОПК-3 «Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов»;

профессиональных компетенций:

ПК-1 «Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью»;

ПК-2 «Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности»,

ПК-4 «Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта»,

ПК-6 «Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций»

Содержание практики охватывает круг вопросов, связанных с ознакомлением, изучением и практическим освоением основных направлений продвижения блога и создания контента в социальных сетях (например, ВКонтакте, Яндекс.Дзен, Telegram).

Промежуточная аттестация по практике осуществляется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по итогам практики. Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения русский.

## 1. ВИД, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Вид практики – учебная

1.2. Тип практики – профессионально-ознакомительная

1.3. Форма проведения практики – проводится:

– *допускается сочетание дискретного проведения практик по их видам и по периодам (Например, только учебная практика проводится в течение семестра, или только производственная практика проводится в конце семестров 4, 6 и 8).*

1.4. Способы проведения практики – стационарная.

1.5. Место проведения практики – ГУАП.

## 2. ЦЕЛЬ И ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

2.1. Цель проведения практики

Целью проведения учебной профессионально-ознакомительной практики является формирование у студентов общего представления об организации работы на предприятиях или рекламных агентствах, или иных объектах. Основной формой выполнения программы учебной практики является ознакомление студента с социальными сетями и их применении в продвижении компании.

2.2. В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.3.2 знать образовательные Интернет-ресурсы, возможности и ограничения образовательного процесса при использовании цифровых технологий УК-6.У.1 уметь управлять своим временем; ставить себе образовательные цели под возникающие жизненные задачи УК-6.В.1 владеть навыками определения приоритетов личностного роста; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и	ОПК-1.У.1 уметь осуществлять 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

	(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.В.1 владеть технологиями производства медиапродуктов и основами менеджмента в индустрии рекламы и связей с общественностью
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.3.1 знать сферу отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.У.1 уметь учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-3.В.1 владеть навыком интерпретации опыта зарубежных и отечественных авторов при реализации медиа стратегий
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.3.1 знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности	ПК-2.3.1 знать основы корпоративной культуры, принципы социальной и корпоративной ответственности
Профессиональные компетенции	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.3.1 знать теоретическую основу создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Профессиональные	ПК-6 Способен	ПК-6.3.1 знать технологии

компетенции	применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
-------------	--	---

### 3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика может базироваться на знаниях, умениях и навыках, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Основы проектной деятельности
- Русский язык и культура речи

Результаты прохождения данной практики, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин и прохождения практик:

- Digital-технологии в рекламе и PR
- Дизайн в рекламе
- Маркетинг в профессиональной деятельности
- Медиаменеджмент
- Организация связей с общественностью
- Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью,
- Производственная преддипломная практика,
- Государственная итоговая аттестация.

### 4. ОБЪЕМ И ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ

Объем и продолжительность практики представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и продолжительность практики

Номер семестра	Трудоемкость, (ЗЕ)	Продолжительность практики в неделях (академ. часах <sup>1</sup> )	Практическая подготовка, (академ. час)
1	2	3	4
2	3	108	19
Общая трудоемкость практики, ЗЕ	3	108	19

*Примечание:*

<sup>1</sup>– продолжительность указывается в часах при реализации распределенного по семестру проведения практики

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Промежуточная аттестация по практике проводится в виде дифференцированного зачета.

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

График (план) прохождения практики представлен в таблице 3.

Таблица 3 – График (план) прохождения практики

№ этапа	Содержание этапов прохождения практики
1.	<i>Выдача индивидуального задания. Инструктаж по технике безопасности</i>
2.	<i>Выполнение индивидуального задания (командная работа)</i>
2.1.	<i>Проект блога в выбранной социальной сети (форма предоставления – презентация).</i>
2.2.	<i>Контент-план продвижения блога в выбранной социальной сети.</i>
2.3	<i>Выводы о проделанной работе (какими навыками и компетенциями вы овладели путем создания и ведения блога в выбранной социальной сети, командной работе и т.д.).</i>
3.	<i>Оформление отчета по практике</i>
4.	<i>Проверка и защита отчета по практике</i>

## 6. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Промежуточная аттестация по практике осуществляется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по итогам практики.

Отчет по практике составляется в соответствии с РДО ГУАП. СМК 3.161.

Отчетная документация по практике обязательно содержит:

Индивидуальное задание по практике (Приложение Б - РДО ГУАП. СМК 3.161.).

Отчет о прохождении практики, включающий в себя:

- титульный лист (Приложение В - РДО ГУАП. СМК 3.161);
- индивидуальное задание;
- материалы о выполнении индивидуального задания, содержательную часть отчета по практике;
- выводы по результатам практики;
- список использованных источников.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится в форме дифференцированного зачета, по четырехбалльной системе и выполняется путем защиты отчетов, составляемых обучающимися по результатам прохождения практики.

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1. Состав оценочных средств приведен в таблице 4.

Таблица 4– Состав оценочных средств для промежуточной аттестации по практике

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Дифференцированный зачет	Вопросы для оценки уровня сформированности компетенций по соответствующему виду и типу практики <sup>1</sup>
	Требования к оформлению отчета по практике



	Требования к содержательной части отчета по практики на основании индивидуального задания
--	---

*Примечание:*

<sup>1</sup> – при наличии

7.2. Аттестация по итогам практики проводится руководителем практики от ГУАП в форме дифференцированного зачета в порядке, предусмотренном локальными нормативными актами ГУАП и в соответствии с критериями оценки уровня сформированности компетенций п.7.3 настоящей программы.

7.3. Для оценки критериев уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала, которая приведена в таблице 5. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 5 – Шкала оценки критериев уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему;</li> <li>– обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике;</li> <li>– обучающийся четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>– обучающийся ясно и аргументировано излагает материал;</li> <li>– присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы;</li> <li>– обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему;</li> <li>– обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике;</li> <li>– обучающийся выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>– обучающийся аргументировано излагает материал;</li> <li>– присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы;</li> <li>– обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил материал при прохождении практики;</li> <li>– не четко излагает его и делает выводы;</li> <li>– содержание отчета по практике обучающегося не полностью соответствует требованиям к нему;</li> <li>– обучающийся не до конца соблюдает требования к</li> </ul>

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
	<p>оформлению отчета по практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся недостаточно точно выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>– обучающийся аргументировано излагает материал;</li> <li>– присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы;</li> <li>– обучающийся не использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил материал при прохождении практики;</li> <li>– содержание отчета по практике обучающегося не соответствует требованиям к нему;</li> <li>– обучающийся не соблюдает требования к оформлению отчета по практике;</li> <li>– обучающийся не может выделить основные результаты своей профессиональной деятельности;</li> <li>– обучающийся не может аргументировано излагать материал;</li> <li>– отсутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы;</li> <li>– обучающийся не может использовать профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</li> </ul>

7.4. Перечень вопросов для оценки индикаторов достижения компетенций и уровня сформированности компетенций по соответствующему виду и типу практики представлен в таблице 6 (при наличии).

Таблица 6 – Перечень вопросов для оценки индикаторов достижения компетенций и уровня сформированности компетенций

№ п/п	Перечень вопросов для оценки индикаторов достижения компетенций и уровня сформированности компетенций	Код компетенции	Код индикатора
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие социальных сетей.</li> <li>2. Основные виды социальных сетей при продвижении компании.</li> <li>3. Применение цифровых технологий в рекламе и связях с общественностью.</li> </ol>	УК-6	УК-6.3.2
2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структура отдела рекламы или связей с общественностью.</li> <li>2. Основные виды деятельности рекламы и связей с общественностью.</li> <li>3. Методы, способы и средства получения и переработки информации.</li> <li>4. Тайм-менеджмент.</li> <li>5. Командная работа: преимущества и недостатки.</li> </ol>	УК-6	УК-6.У.1
3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите разделы правил внутреннего трудового распорядка</li> <li>2. Перечислите требования охраны труда и пожарной безопасности.</li> <li>3. Правила техники безопасности на рабочем месте.</li> <li>4. Структура должностной инструкции.</li> </ol>	УК-6	УК-6.В.1

4	1. Методы разработки блога в социальных сетях. 2. Контент-план как метод продвижения блога в социальных сетях. 3. Виды контента в социальных сетях.	ОПК-1	ОПК-1.У.1
5	Технологии продвижения блога.	ОПК-1	ОПК-1.В.1
6	1. Блог как форма межличностной коммуникации. 2. История развития блоггинга.	ОПК-3	ОПК-3.3.1
7	1. Блоги и блогеры как культурно-языковое явление нашего общества. 2. Средства художественной выразительности в блогах.	ОПК-3	ОПК-3.У.1
8	Формирование контент-стратегии в системе онлайн продвижения.	ОПК-3	ОПК-3.В.1
9	1. Разработка и реализация блога и его продвижение в цифровой среде. 2. Управление проектом в социальных сетях.	ПК-1	ПК-1.3.1
10	1. Положения отдела рекламы или связей с общественностью в компании или рекламном агентстве. 2. Социальные сети как инструмент анализа развития корпоративной культуры в организации.	ПК-2	ПК-2.3.1
11	Контент социальных сетей: тенденции и закономерности.	ПК-4	ПК-4.3.1
12	Понятие медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.	ПК-6	ПК-6.3.1

7.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов компетенций:

– МДО ГУАП. СМК 3.165 «Методические рекомендации о разработке фонда оценочных средств образовательных программ высшего образования»;

– МДО ГУАП. СМК 2.77 «Положение о модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы обучающихся в ГУАП».

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

### 8.1. Печатные и электронные учебные издания

Перечень печатных и электронных учебных изданий, необходимой для проведения практики, приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
--------------------	--------------------------	---

<a href="https://znanium.com/catalog/product/1053378">https://znanium.com/catalog/product/1053378</a>	<p>Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0.</p>	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002559">https://znanium.com/catalog/product/1002559</a>	<p>Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный. - URL:</p>	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1078483">https://znanium.com/catalog/product/1078483</a>	<p>Моуат, Д. Видеомаркетинг: стратегия, контент, производство / Джон Моуат ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 402 с. - ISBN 978-5-96142-572-7. - Текст : электронный.</p>	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1817673">https://znanium.com/catalog/product/1817673</a>	<p>Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж : практическое руководство / А. Банкин. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 272 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-4461-1075-9. - Текст : электронный.</p>	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002559">https://znanium.com/catalog/product/1002559</a>	<p>Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный.</p>	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1053378">https://znanium.com/catalog/product/1053378</a>	<p>Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0.</p>	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1789508">https://znanium.com/catalog/product/1789508</a>	<p>Щербаков, С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера : практическое руководство / С. Щербаков. -</p>	

	2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2017. - 320 с. - (Серия «Деловой бестселлер»). - ISBN 978-5-496-03019-9.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002298">https://znanium.com/catalog/product/1002298</a>	Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002228">https://znanium.com/catalog/product/1002228</a>	Кеннеди, Д. Жесткий тайм-менеджмент: Возьмите свою жизнь под контроль: Научно-популярное / Кеннеди Д. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 176 с.: ISBN 978-5-9614-7076-5.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1783949">https://znanium.com/catalog/product/1783949</a>	Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход : практическое руководство / Д. Румянцев. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 336 с. - (Серия «iБизнес»). - ISBN 978-5-4461-1088-9.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1831728">https://znanium.com/catalog/product/1831728</a>	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию : учебник для вузов / под ред. Г. Л. Азоева. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 336 с. - (Учебник для вузов).	

8.2. Электронные образовательные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики, представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

URL адрес	Наименование
<a href="http://www.sostav.ru/">http://www.sostav.ru/</a>	Новостной портал о рекламе, маркетинге и рг
<a href="http://www.raso.ru/">http://www.raso.ru/</a>	Российская ассоциация по связям с общественностью
<a href="https://vc.ru/">https://vc.ru/</a>	Новостной портал о рекламе, маркетинге и рг
<a href="https://adindex.ru/">https://adindex.ru/</a>	Новости рекламы и маркетинга

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

### 9.1. Перечень программного обеспечения

Перечень программного обеспечения, используемого при проведении практики, представлен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows, Microsoft Office

#### 9.2. Перечень информационных справочных систем

Перечень информационных справочных систем, используемых при проведении практики, представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM

### 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики, представлено в таблице 11.

Таблица 11 – Материально-техническая база

№ п/п	Наименование материально-технической базы
1.	Лекционная аудитория

## Лист внесения изменений в рабочую программу практики

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой