

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 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
вид практики

профессионально-творческая  
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	заочная

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

Производственная профессионально-творческая практика входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, 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 производственной практики:

(вид практики)

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- получение обучающимися необходимых профессиональных умений, навыков и опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- практическое участие студентов в деятельности профильного предприятия;
- участие в работе основных служб и отделов предприятий;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;
- приобщение к социальной среде профильного предприятия;
- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной работы в сфере будущей профессиональной деятельности.
- получение первичных умений и навыков научно-исследовательской работы;
- создание информационно-аналитической базы по разработке курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Задачи проведения производственной практики:

(вид практики)

- применение теоретических знаний, полученных в ходе освоения образовательной программы в решении практических задач
- развитие практических навыков на основе приобретения практического опыта.
- развитие полученных компетенций и навыков практической работы;
- изучение структуры организаций/компаний, направлений деятельности подразделений;
- анализ функций специалиста отдела рекламы/отдела по связям с общественностью организации / компании;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий организации / компании;
- сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике.

Производственная профессионально-творческая 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»;

профессиональных компетенций:

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 формированием и закреплении умений и навыков применения теоретических знаний, полученных в процессе обучения для решения практических и прикладных задач.

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

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Язык обучения русский.

## 1. ВИД, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Вид практики – производственная

1.2. Тип практики – профессионально-творческая

1.3. Форма проведения практики – проводится:

– *дискретно по периодам проведения практики (в учебном графике чередуются периоды учебного времени для теоретического обучения и для практики. Например, практики нескольких видов совместно проводятся в течение семестра, или практики нескольких видов совместно проводятся в конце семестров 2, 4, 6 и 8);*

– *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 – производится в любой организации СПб и города, в котором расположен филиал, включая ГУАП;*

1.5. Место проведения практики – ГУАП или профильные организации.

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

2.1. Цель проведения практики

Целью проведения производственной профессионально-творческой практики является

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;

получение обучающимися необходимых профессиональных умений, навыков и опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;

- практическое участие студентов в деятельности профильного предприятия;

- участие в работе основных служб и отделов предприятий;

- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;

- приобщение к социальной среде профильного предприятия;

- приобретение практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной работы в сфере будущей профессиональной деятельности.

- получение первичных умений и навыков научно-исследовательской работы;

- создание информационно-аналитической базы по разработке курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Целью проведения производственной профессионально-творческой практики является более углубленное изучение специальных дисциплин и дисциплин специализаций на основе приобретения практического опыта, закрепление полученных компетенций и навыков исследовательской и практической работы.

В ходе производственной практики происходит закрепление и углубление теоретической подготовки студента, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.В.1 владеть навыками определения приоритетов личностного роста; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни
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.В.1 владеть навыком создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Профессиональные компетенции	ПК-6 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.В.1 владеть основными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

### 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:

- Маркетинг в профессиональной деятельности,
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ,
- Теория и практика рекламы,
- Тайм-менеджмент,
- Организация связей с общественностью,
- Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью),

- Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью.
- Интеллектуальные системы в гуманитарной сфере,
- Дизайн в рекламе,
- Теория и практика рекламного и PR текстов,
- Организация рекламных и PR-агентств,
- Разработка и технология производства рекламного продукта.

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

- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью,
- Медиаменеджмент,
- Digital-технологии в рекламе и PR,
- 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
8	6	4	160
Общая трудоемкость практики, ЗЕ	6	4	160

*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 – *(представлены примерные темы индивидуальных заданий для студентов)</i>
2.1	Характеристика, структура предприятия или рекламного агентства
2.2	Цели, задачи и функции PR на предприятии или рекламном агентстве
2.3	Разработка и реализация рекламных или PR-кампаний, на основании проведенного исследования для решения поставленной проблемы.
3	<i>Оформление отчета по практике</i>

№ этапа	Содержание этапов прохождения практики
4	<i>Проверка и защита отчета по практике</i>

\* Во время производственной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:

- использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; общим приемам профессиональной коммуникации;
- работать с информационными источниками и материалами;
- работать с использованием оргтехники;
- выполнять работу PR-специалиста,
- самостоятельно осуществлять большинство видов рекламной деятельности в конкретной сфере;
- осуществлять квалифицированный анализ и обработку информационных материалов;
- организовывать деловую коммуникацию с коллегами, клиентами и широкой общественностью;
- организовывать работу со СМИ;
- планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании;
- владеть навыками социального и политического маркетинга;
- уметь организовывать и вести протокольно-деловые мероприятия;
- оказывать помощь PR-специалистам в их работе;
- составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей;
- планирование и организация BTL-акций;
- разработка пакета презентационных материалов для участия в выставке и работа на стенде;
- участие в составлении программы исследования и проведении опросов, мониторинга СМИ и пр.;
- разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение;
- составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;
- планирование и проведение рекламной и PR-кампании;
- разработка корпоративного сайта компании в Интернет и обновлении информации на сайте;
- поиск клиентов и ведение клиентской базы;
- разработка программы и проведение маркетингового или рекламного исследования;
- изготовление и размещение рекламной или PR-продукции;
- составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;
- разработка и проведение промо-акции;
- разработка сайта;
- разработка элементов фирменного стиля;
- организация события;
- иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

Отчет по производственной практике может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.

## 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;

– отзыв руководителя (характеристика) от профильной организации о практике обучающегося

– материалы о выполнении индивидуального задания, содержательную часть отчета по практике;

– выводы по результатам практики;

– список использованных источников.

Отзыв руководителя (характеристика) от профильной организации о практике обучающегося (в случае прохождения практики в профильной организации) (Приложение Г - РДО ГУАП. СМК 3.161).

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 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»	– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – делает выводы и обобщения; – содержание отчета по практике обучающегося полностью

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	<p>соответствует требованиям к нему;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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 оформлению отчета по практике;</li> <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
	Не предусмотрено.	УК-6	УК-6.В.1
		ПК-4	ПК-4.В.1
		ПК-6	ПК-6.В.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)
65 Р 36	Реклама, PR и сервис [Текст] : Терминологический словарь / С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения ; сост. А. Е. Демина [и др.] ; ред. А. Н. Волкова. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2014. - 115 с.	25
<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513272">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513272</a>	Маркетинг / Ким С.А. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с..	
<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411352">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411352</a>	Бизнес-планирование на предприятии / Дубровин И.А., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 432 с.	
<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354029">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354029</a>	Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.: Дашков и К,	

	2017. - 538 с.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/915406">https://znanium.com/catalog/product/915406</a>	Кин, Э. Ничего личного: Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные / Кин Э. - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 224 с.: ISBN 978-5-9614-5128-3. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1053378">https://znanium.com/catalog/product/1053378</a>	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. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002559">https://znanium.com/catalog/product/1002559</a>	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.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1068921">https://znanium.com/catalog/product/1068921</a>	Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1093717">https://znanium.com/catalog/product/1093717</a>	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 16-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 538 с. - ISBN 978-5-394-03909-6. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1093170">https://znanium.com/catalog/product/1093170</a>	Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 326 с. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1044528">https://znanium.com/catalog/product/1044528</a>	Музыкант, В. Л. Бренддинг. Управление брендом : учебное пособие / В. Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст :	

	электронный.	
--	--------------	--

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://Znanium.com">Znanium.com</a>	Электронная библиотека
<a href="http://www.sovetnik.ru">www.sovetnik.ru</a>	Профессиональный pr-портал
<a href="http://www.soob.ru">www.soob.ru</a>	"Со-Общение" - ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтингу, брэндингу, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических исследований
<a href="http://www.prsa.org">www.prsa.org</a>	Public Relations
<a href="http://www.sostav.ru/">http://www.sostav.ru/</a>	Новостной портал о рекламе, маркетинге и pr
<a href="http://www.raso.ru/">http://www.raso.ru/</a>	Российская ассоциация по связям с общественностью

## 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	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
2	Производственные помещения предприятия

## 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