

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

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ  
Ответственный за образовательную  
программу

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«27» июня 2024 г

Лист согласования рабочей программы практики

Программу составил (а)

старший преподаватель  
(должность, уч. степень, звание)

11.06.2024  
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш  
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«11» июня 2024 г, протокол №10

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.  
(уч. степень, звание)

11.06.2024  
(подпись, дата)

К.В. Лосев  
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н., доц.  
(должность, уч. степень, звание)

11.06.2024  
(подпись, дата)

Л.Ю. Гусман  
(инициалы, фамилия)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

вид практики

преддипломная  
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
Год приема	2024

## Аннотация

Производственная преддипломная 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 специальных дисциплин на основе изучения деятельности конкретной организации;
- приобретение первоначального практического опыта по избранной специальности, практическое развитие профессиональных навыков и компетенций будущих специалистов.

Особенное внимание при прохождении преддипломной практики должно быть уделено всестороннему изучению объекта дипломного исследования, формированию и анализу данных о деятельности организации для выполнения выпускной квалификационной работы.

Задачи проведения производственной практики:

(вид практики)

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы конкретной организации по основным направлениям деятельности маркетинговой, рекламной и PR-служб;
- приобретение опыта организационной работы на должностях маркетинговых, рекламных и PR-служб различных организаций в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- овладение методами принятия и реализации, на основе полученных теоретических знаний по принятию стратегических решений коммуникационной политики компании, а также контроля за их исполнением;
- овладение методами практической, аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению принципов деятельности и функционирования маркетинговых и PR-служб в коммерческих структурах;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Производственная преддипломная 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-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-3 «Готовность использовать знание основных методов искусственного интеллекта в последующей профессиональной деятельности»,

ПК-5 «Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта»,

ПК-6 «Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий»,

ПК-7 «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 24 зачетных единицы, 864 часа.

Язык обучения русский.

## 1. ВИД, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Вид практики – производственная

1.2. Тип практики – преддипломная

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.

1.5. Место проведения практики – ГУАП и профильные организации.

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

2.1. Цель проведения практики

Целью проведения производственной преддипломной практики является в формировании и закреплении умений и навыков применения теоретических знаний, полученных в процессе обучения для решения практических и прикладных задач.

2.2. В результате прохождения практики 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 саморазвития и самообразования
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.В.1 владеть навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен строить свою	ПК-2.В.1 владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с

	<p>профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности</p>	<p>общественностью, разработки и реализации коммуникационного продукта, а также опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>
<p>Профессиональные компетенции</p>	<p>ПК-3 Готовность использовать знание основных методов искусственного интеллекта в последующей профессиональной деятельности</p>	<p>ПК-3.У.1 уметь эффективно использовать на практике теоретические компоненты в области систем искусственного интеллекта, интеллектуальных систем, экспертных систем ПК-3.В.1 владеть навыками самостоятельного мониторинга и освоения современных интеллектуальных технологий в профессиональной сфере</p>
<p>Профессиональные компетенции</p>	<p>ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-5.В.1 владеть навыком создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>
<p>Профессиональные компетенции</p>	<p>ПК-6 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-6.В.1 владеть навыками участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
<p>Профессиональные компетенции</p>	<p>ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПК-7.В.1 владеть основными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p>

### 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 управления проектами в рекламе и связях 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,
  - Digital-технологии в рекламе и PR,
  - Разработка и технология производства рекламного продукта,
  - Медиаменеджмент.
- Результаты прохождения данной практики, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин и прохождения практик:
- 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
10	24	16	640
Общая трудоемкость практики, ЗЕ	24	16	640

*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 *</i>
2.1	Общая характеристика компании или рекламного агентства

№ этапа	Содержание этапов прохождения практики
2.2	Анализ внешней среды компании или рекламного агентства
2.3	Анализ внутренней среды компании или рекламного агентства
2.4	Пути повышения эффективности деятельности компании или рекламного агентства
3	<i>Оформление отчета по практике</i>

*Примечания:*

- \* При выполнении индивидуального задания студент должен:
- изучить структуру, функции и задачи организации (подразделения) по «связям с общественностью»;
  - принять участие (или самостоятельно организовать) в организации и проведении конкретного рекламного или PR мероприятия;
  - подготовить описание данного мероприятия,
  - проанализировать достоинства и недостатки его организации и проведения, сформулировать рекомендации;
  - собрать теоретический и эмпирический материал, необходимый для написания выпускной квалификационной работы;
  - подготовить первый вариант плана дипломной работы;
  - изучить дополнительную литературу по теме дипломной работы в соответствии с ее планом;
  - в ходе производственной преддипломной практике студенты должны узнать: специфику работы в области рекламы и связей с общественностью конкретной организации или рекламного агентства; мероприятия в конкретной сфере; методы (методики) накопления и обработки материала, необходимого для подготовки выпускной квалификационной работы.
- \* Во время преддипломной практики студент может выполнять следующие виды индивидуальных заданий:
- планирование и проведение рекламной или PR-кампании;
  - составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;
  - разработка рекламной и PR-продукции, ее размещение;
  - составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей;
  - планирование и организация BTL-акций;
  - разработка корпоративного сайта компании в сети Интернет и обновлении информации на сайте;
  - написание рекламных и PR текстов;
  - иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

## 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 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«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</li> </ul>



Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	<p>поставленные вопросы; – обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>
«хорошо»	<p>– 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 соответствует требованиям к нему; – обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>
«удовлетворительно»	<p>– обучающийся усвоил материал при прохождении практики; – не четко излагает его и делает выводы; – содержание отчета по практике обучающегося не полностью соответствует требованиям к нему; – обучающийся не до конца соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся недостаточно точно выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся не использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>
«неудовлетворительно»	<p>– обучающийся не усвоил материал при прохождении практики; – содержание отчета по практике обучающегося не соответствует требованиям к нему; – обучающийся не соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся не может выделить основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся не может аргументировано излагать материал; – отсутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся не может использовать профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>

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-1	ПК-1.В.1
		ПК-2	ПК-2.В.1
		ПК-3	ПК-3.У.1
		ПК-3	ПК-3.В.1
		ПК-5	ПК-5.В.1
		ПК-6	ПК-6.В.1
		ПК-7	ПК-7.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)
<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 Паблицер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002350">https://znanium.com/catalog/product/1002350</a>	Музыкант, В. Л. Реклама: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019. - 208 с.: - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/342869">https://znanium.com/catalog/product/342869</a>	Шарков, Ф. И.	

	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - Москва : Дашков и К, 2018. - 324 с.: ISBN 978-5-394-00792-7. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/953324">https://znanium.com/catalog/product/953324</a>	Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <a href="https://doi.org/10.12737/01756-2">https://doi.org/10.12737/01756-2</a> . - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1020209">https://znanium.com/catalog/product/1020209</a>	Блюм, М. А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 144 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст : электронный.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1844283">https://znanium.com/catalog/product/1844283</a>	Рекламная деятельность : учебник / под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 282 с.	
<a href="https://znanium.com/catalog/product/1002563">https://znanium.com/catalog/product/1002563</a>	Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 294 с.	
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/2083278">https://znanium.com/catalog/product/2083278</a>	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 19-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К <sup>о</sup> », 2023. - 538 с.	
URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2133542">https://znanium.ru/catalog/product/2133542</a>	Евстафьев, В. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А.	

	Евстафьев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско- торговая корпорация «Дашков и К <sup>о</sup> », 2023. - 426 с.	
--	---	--

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 rg-портал
<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 rg
<a href="http://www.raso.ru/">http://www.raso.ru/</a>	Российская ассоциация по связям с общественностью
<a href="http://e.lanbook.com">e.lanbook.com</a>	Электронная библиотека

## 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	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2	ЭБС ZNANIUM
3	ЭБС издательства ЛАНЬ

## 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
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