

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

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
вид практики

научно-исследовательская работа
тип практики

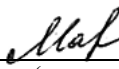
Код направления подготовки/ специальности	42.04.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности/ специализации	Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях
Форма обучения	очная
Год приема	2026

Санкт-Петербург –2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

старший преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 09.02.2026
(подпись, дата)

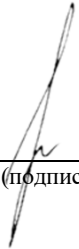
М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

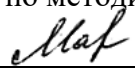
д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

ст. преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Производственная практика научно-исследовательская работа входит в состав обязательной части образовательной программы подготовки обучающихся по направлению подготовки/ специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность/специализация «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях». Организацию и проведение практики осуществляет кафедра №62.

Цель проведения производственной практики:

(вид практики)

- формирование у обучающихся системных знаний, практических навыков и опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях;
- развитие способности планировать, организовывать и проводить прикладные и фундаментальные исследования, направленные на создание востребованных обществом и индустрией коммуникационных продуктов;
- подготовка обучающихся к решению профессиональных задач, связанных с аналитическим обеспечением разработки и реализации коммуникационных стратегий в креативных индустриях.

Задачи проведения производственной практики:

(вид практики)

- систематизировать и углубить теоретические знания в области методологии и организации научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;
- освоить современные методы сбора, обработки и анализа эмпирических данных, включая количественные и качественные методы исследования аудитории, рынка и медиапространства;
- сформировать умение формулировать исследовательские проблемы, гипотезы, цели и задачи научного исследования, обосновывать выбор методов и инструментария;
- развить навыки критического анализа отечественных и зарубежных научных трудов, нормативно-правовых документов и практик в области рекламы и креативных индустрий;
- овладеть технологиями подготовки аналитических отчётов, научных докладов, публикаций и презентаций по результатам проведённого исследования;
- выработать умение интерпретировать результаты научного исследования и применять их для совершенствования коммуникационных стратегий и медиапродуктов в креативных индустриях;
- сформировать компетенции в области планирования и координации научно-исследовательской работы в составе творческих коллективов и проектных групп.

Производственная практика научно-исследовательская работа обеспечивает формирование у обучающихся следующих

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-1 «Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем»,

ОПК-2 «Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах»,

ОПК-3 «Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)

коммуникационных продуктов»;

профессиональных компетенций:

ПК-2 «Способен проводить научное исследование в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью»

Содержание практики охватывает круг вопросов, связанных с планированием, организацией и проведением прикладных научных исследований в области рекламы и связей с общественностью, анализом коммуникационных процессов в креативных индустриях и интерпретацией полученных результатов для разработки эффективных медиапродуктов и PR-стратегий.

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

Общая трудоемкость практики составляет 18 зачетных единиц, 648 часов.

Язык обучения русский.

1. ВИД, СПОСОБ И ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Вид практики – производственная

1.2. Тип практики –научно-исследовательская работа

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);*

1.4. Способы проведения практики – стационарная – производится в любой организации СПб и города, в котором расположен филиал, включая ГУАП; выездная.

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 практики научно-исследовательской работы является формирование у обучающихся системных знаний, практических умений и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях, освоение современных методов сбора, обработки и анализа эмпирических данных, а также развитие способности интерпретировать результаты исследований для обоснования и совершенствования коммуникационных стратегий, медиапродуктов и PR-технологий, что обеспечивает подготовку к эффективной профессиональной деятельности и написанию выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

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
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и	ОПК-1.В.1 владеть технологиями производства медиатекстов и основами менеджмента в индустрии рекламы и связей с общественностью

	учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.У.1 уметь анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использовать результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.У.1 уметь анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов ОПК-3.В.1 владеть навыком интерпретации опыта зарубежных и отечественных авторов при реализации коммуникационных стратегий
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью	ПК-2.3.1 знать формы и методики научных исследований ПК-2.У.1 уметь формулировать концепции научных исследований в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.В.1 владеть навыками использования научных трудов и исследований при реализации коммуникационных стратегий

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:

- «Методология и организация научных исследований»,

- «Научный семинар»,
Результаты прохождения данной практики, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин и прохождения практик:
- «Производственная проектно-аналитическая практика»,
- «Государственная итоговая аттестация»,
- «Копирайтинг»,
- «Особенности иностранной лексики в креативных индустриях».

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 ¹)	Практическая подготовка, (академ. час)
1	2	3	4
1	6	216	9
2	6	216	9
3	6	216	11
Общая трудоемкость практики, ЗЕ	18	648	29

Примечание:

¹– 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 (научно-исследовательская работа).</i>
2.1.	<i>Проведение аналитического обзора научной литературы, нормативных правовых актов, статистических данных, отраслевых отчетов и материалов СМИ по теме исследования в области рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях. Формирование библиографической базы.</i>
2.2.	<i>Определение проблемы, объекта, предмета, цели и задач исследования. Формулировка рабочих гипотез. Разработка концепции и программы исследования, обоснование выбора методов сбора и обработки эмпирических данных (количественные и качественные методы).</i>

№ этапа	Содержание этапов прохождения практики
2.3.	<i>Разработка и пилотажная апробация инструментария исследования: анкет, опросных листов, сценариев глубинных интервью и фокус-групп, схем контент-анализа медиатекстов, матриц анализа документов и др. Корректировка инструментария по результатам пилотажа.</i>
2.4.	<i>Сбор эмпирических данных в соответствии с утверждённой программой: проведение опросов, интервью, фокус-групп, контент-анализ рекламных и PR-материалов, анализ документов и статистики, наблюдение, анализ активности в социальных медиа и т.п.</i>
2.5.	<i>Обработка и систематизация собранных данных. Применение методов математической статистики (для количественных данных) и методов качественного анализа (тематическое кодирование, интерпретация, контент-анализ и др.). Построение таблиц, диаграмм, графиков.</i>
2.6.	<i>Интерпретация полученных результатов, выявление закономерностей, трендов, противоречий. Сопоставление с данными предыдущих исследований и теориями. Формулирование выводов, практических рекомендаций и предложений по совершенствованию коммуникационных продуктов, медиатекстов и PR-стратегий в креативных индустриях.</i>
2.7.	<i>Подготовка научных публикаций (статей, тезисов), презентационных материалов и докладов по результатам исследования. Апробация результатов на научных семинарах, конференциях (в том числе внутривузовских).</i>
3.	<i>Оформление отчета по практике.</i>
4.	<i>Проверка и защита отчета по практике.</i>

Примечания:

1. Таблица 3 может быть дополнена по усмотрению кафедры детализирующими пунктами.
2. Разделы в п.2 таблицы 3 следует указывать для практик, имеющих комплексный характер, т.е. предусматривающих выполнение заданий по экономическим вопросам, по обеспечению безопасности жизнедеятельности и т.д.
3. Выполнение этапов 2.1–2.7 может быть распределено по трём семестрам (1–3) в соответствии с календарным графиком учебного процесса, при этом общая трудоёмкость и содержание остаются неизменными.

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.

Отчет о прохождении научно-исследовательской работы, включающий в себя:

- титульный лист (<https://guap.ru/regdocs/docs/uch>);
- отчет по результатам научно-исследовательской работы;
- 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 ¹
	Требования к оформлению отчета по практике
	Требования к содержательной части отчета по практики на основании индивидуального задания

Примечание:

¹– 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 соответствует требованиям к нему; – обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; – обучающийся четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; – обучающийся ясно и аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«хорошо»	Обучающийся: – глубоко 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;

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	– обучающийся аргументировано излагает материал; – присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; – обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«удовлетворительно»	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.
«неудовлетворительно»	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.

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	Опишите основные этапы и технологии производства медиатекстов и коммуникационных продуктов в креативных индустриях. Какие современные инструменты и платформы используются для создания востребованных обществом и индустрией медиапродуктов? Приведите примеры из Вашей исследовательской практики.	ОПК-1	ОПК-1.В.1
2	Проанализируйте ключевые тенденции развития	ОПК-2	ОПК-2.У.1

	общественных и государственных институтов, влияющие на формирование повестки дня в рекламе и связях с общественностью. Как результаты этого анализа были учтены Вами при подготовке медиатекстов и коммуникационных продуктов в ходе практики?		
3	Приведите примеры использования достижений отечественной и мировой культуры (в области искусства, литературы, кинематографа, дизайна и др.) при создании рекламных и PR-продуктов в креативных индустриях. Оцените эффективность такого использования на основе данных, полученных в ходе Вашего исследования.	ОПК-3	ОПК-3.У.1
4	Опишите, как опыт зарубежных и отечественных авторов (теоретиков и практиков в области рекламы и PR) был интерпретирован и применён Вами при реализации коммуникационных стратегий в рамках научно-исследовательской работы. Приведите конкретные примеры.	ОПК-3	ОПК-3.В.1
5	Перечислите основные формы и методики организации и проведения научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью. Охарактеризуйте количественные и качественные методы сбора и анализа эмпирических данных. Какие методы были выбраны Вами для решения поставленных исследовательских задач и почему?	ПК-2	ПК-2.3.1
6	Сформулируйте концепцию (проблему, объект, предмет, цель, задачи и гипотезы) проведённого Вами научного исследования в области рекламы и связей с общественностью в креативных индустриях. Обоснуйте актуальность и практическую значимость выбранной темы.	ПК-2	ПК-2.У.1
7	Продемонстрируйте навыки работы с научными трудами и источниками: как осуществлялся поиск, критический анализ и систематизация научной литературы по теме исследования? Как результаты анализа научных трудов были использованы при разработке и реализации коммуникационных стратегий в Вашей практической деятельности?	ПК-2	ПК-2.В.1

7.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов компетенций:

– 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)
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2241491 Режим доступа: по подписке.	Басовский, Л. Е. Основы научных исследований : учебник / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 257 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1192099. - ISBN 978-5-16-019525-4.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/1987544 Режим доступа: по подписке.	Хусаинов, М. К. Наука и научные исследования : учебно-методическое пособие / М. К. Хусаинов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Финансы и статистика, 2022. - 244 с. - ISBN 978-5-00184-083-1.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2255177 Режим доступа: по подписке.	Орлова, Е. В. Исследования и разработки (R&D): анализ данных и экономическая эффективность : учебник / Е.В. Орлова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 282 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1959274. - ISBN 978-5-16-018291-9.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2251402 Режим доступа: по подписке.	Добренёв, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренёв, А. И. Кравченко. — Москва : ИНФРА-М, 2027. — 768 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018913-0.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2265062 Режим доступа: по подписке.	Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник для вузов / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Митюков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2026. - 390 с. - ISBN 978-5-394-06319-0.	

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
https://pro.guap.ru/	Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</u>

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	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/ разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

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
	Электронные библиотечные ресурсы и системы
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП

4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
	Информационные и справочно-правовые системы
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

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.	Учебные и научные лаборатории кафедры № 62
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