


Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
экономики, управления и права

 Г.Л. Белов

«26» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

Профессионально-творческая практика

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Чебоксары
2023

Содержание

1 Цели практики.....	3
2 Задачи практики.....	3
3 Место практики в структуре ОПОП ВО	3
4 Вид, тип, способ и форма проведения практики	3
5 Место и время проведения практики.....	3
6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	4
7 Структура и содержание практики	4
8 Формы отчетности по практике	6
9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	7
10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики.....	12
11 Информационные технологии, используемые на практике	13
12 Материально-техническая база практики	13

1 Цели практики

Профессионально-творческая практика является составной частью учебного процесса подготовки бакалавров и нацелена на ознакомление студентов с особенностями практической деятельности в рекламных агентствах, отделах рекламы и связях с общественностью различных компаний, коммуникационных агентствах, пресс-службах.

Цель прохождения студентами производственной практики развитие и закрепление профессиональных навыков, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин специальности.

В результате прохождения производственной практики студент должен освоить отдельные виды профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, профессиональную терминологию специалиста по рекламе и связям с общественностью, получить представления о сфере работы специалиста.

2 Задачи практики

Задачами профессионально-творческой практики являются:

- приобретение знаний в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- сбор практических материалов по темам практики и представление их в отчете;
- обобщение полученных данных и оценка организации работы специалиста на объекте прохождения практики, формулирование грамотных выводов для принятия и реализации управленческих решений.

3 Место практики в структуре ОПОП ВО

Профессионально-творческая практика входит в Блок 2. Практика ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профессионально-творческая практика базируется на таких дисциплинах как:

1. Основы медиапланирования.
2. Теория и практика брендинга.

Освоение программы профессионально-творческой практики необходимо для успешного освоения следующих дисциплин по данному направлению подготовки:

1. Организация и планирование рекламных кампаний.
2. Продвижение в социальных сетях.
3. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью.

4 Вид, тип, способ и форма проведения практики

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – профессионально-творческая практика

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Практика проводится путем выделения непрерывного периода учебного времени для ее проведения.

5 Место и время проведения практики

Профессионально-творческая практика проводится на 3-м курсе, 6-м семестре в течение 6-и недель.

Профессионально-творческая практика проводится в организациях, обладающих необходимой материальной базой, кадровым и научно-техническим потенциалом, с которыми заключены договоры о сотрудничестве.

Объектами практики могут быть коммерческие организации, средства массовой

информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

В результате прохождения профессионально-творческой практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные компетенции, общепрофессиональные, профессиональные компетенции:

универсальные компетенции:

– способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);

общепрофессиональные компетенции:

– способность 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-1);

– способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);

профессиональные компетенции:

– способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК-1).

– способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-2).

– способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций (ПК-3).

7 Структура и содержание практики

Общая трудоемкость практики составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

7.1 Структура практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, (в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none">– общее ознакомление с объектом практики;– участие в установочной конференции;– составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации;– прохождение инструктажа по технике безопасности (9 часов)	Прохождение инструктажа по технике Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики
2	Производственный этап	<ul style="list-style-type: none">- характеристика деятельности организации (основные виды деятельности организации, ее миссия; организационная структура управления; основные технико - экономические показатели деятельности организации; ресурсы организации; внутренняя и внешняя среда организации; рыночные позиции организации; имидж и деловая репутация организации);– организация рекламной и PR-деятельности (организация работы подразделений, участвующих в процессе планирования, производства, реализации и контроля рекламной и PR-деятельности; коммуникационные технологии организации: используемые каналы распространения рекламы; рекламно-информационные материалы, проводимые рекламные мероприятия; информационные технологии для решения коммуникационных задач организации; анализ отражения работы организации в СМИ);– совершенствование коммуникационной политики организации (коммуникационная политика организации; структура бюджета проводимых коммуникационных кампаний и мероприятий; анализ эффективности рекламной и PR-деятельности организации; рекомендации по совершенствованию коммуникационных процессов в организации);– участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. (270 часов)	Контроль за выполнением заданий. Проверка дневника практики
3	Заключительный этап	<ul style="list-style-type: none">– подготовка и оформление отчета по практике;– защита отчета по практике на итоговой конференции (9 часов)	Подготовка и защита отчета по практике

7.2 Содержание практики

Производственная практика содержит следующие этапы:

- подготовительный этап (инструктаж по охране труда и технике безопасности, оформление документов для прохождения ознакомительной практики и получение индивидуального плана на ознакомительную практику);

- профессионально-творческая работа (изучение деятельности учреждения, составление его характеристики, сбор материала для написания отчета по практике, выполнение индивидуальных заданий руководителя практики);

- заключительный этап.

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

- организация рекламных или PR-мероприятий;
- планирование и организация BTL-акций;
- планирование и проведение рекламной или PR-кампании;
- разработка и проведение промо-акций,
- разработка корпоративного сайта компании в сети Интернет и обновлении информации на сайте;
- разработка пакета презентационных материалов для участия в выставке и работа на стенде;
- разработка программы и проведение маркетингового или рекламного исследования; мониторинга СМИ и пр.;
- разработка, изготовление рекламной и PR-продукции, ее размещение;
- разработка элементов фирменного стиля;
- составление базы данных, работа по поиску заказчиков, рекламодателей;
- ведение клиентской базы и иные формы заданий, согласованные с руководителем практики от вуза.

8 Формы отчетности по практике

Комплект отчетной документации по итогам прохождения практики обучающегося включает:

- письменный отчет;
- индивидуальный план прохождения практики;
- дневник практики;
- путевку студента-практиканта с характеристикой на практиканта (если практика проводилась в профильной организации) или характеристику на практиканта (если практика проводилась в структурных подразделениях Университета).

По результатам практики студент составляет письменный отчет объемом не менее 20 страниц. Отчет должен содержать конкретные сведения о работе, проведенной в период практики, и отражать результат выполнения заданий, предусмотренных программой практики.

Типовая структура письменного отчета по практике включает:

1. Введение, в котором должны быть отражены: цель, задачи, место и продолжительность практики; перечень работ, выполненных в процессе практики.

2. Основная часть, раскрывающая:

2.1. Характеристика деятельности организации, ее рыночного положения:

- история создания и виды деятельности организации;
- характеристика товара/услуг организации;
- конкурентный анализ рынка, SWOT-анализ организации

2.2. Анализ направлений PR-деятельности в организации:

- структура отдела рекламы/связей с общественностью, его функции и задачи;
- анализ коммуникационных кампаний и мероприятий организации;
- система документооборота PR-деятельности организации.

2.3. Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью (выполнение индивидуального задания).

3. Заключение, которое должно содержать: описание знаний, умений, навыков (компетенций), приобретенных практикантом в период практики; предложения и рекомендации обучающихся по повышению эффективности PR-деятельности организации.

В качестве приложений к отчету могут быть копии различных видов документов, собранных и обработанных студентом во время практики.

В процессе защиты отчета по практике обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

Требования по формам и порядку отчетности по практике изложены в Положении о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета, магистратуры ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. Требования по оформлению отчета по практике изложены в Положении об общих требованиях к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности обучающихся ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – дифференцированный зачет.

9 Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

9.1 Паспорт фонда оценочных средств по практике

№ п/п	Наименование раздела (этапа) практики	Код компетенций	Форма контроля	План-график проведения контрольно-оценочных мероприятий
1	Подготовительный этап	УК-4; ОПК-1; ОПК-6; ПК-1, ПК-2, ПК-3	Прохождение инструктажа по технике Подпись в журнале по технике безопасности. Индивидуальный план прохождения практики	До начала практики
2	Производственный этап	УК-4; ОПК-1; ОПК-6; ПК-1, ПК-2, ПК-3	Выполнение производственных заданий Контроль за выполнением заданий. Проверка дневника практики	В течение практики
3	Заключительный этап	УК-4; ОПК-1; ОПК-6; ПК-1, ПК-2, ПК-3	Подготовка и защита отчета по практике	После окончания практики

9.2 Оценочные средства по практике

Оценочные средства для проведения итогового контроля обучающихся по практике включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций;
- контрольно-измерительные материалы в виде типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы практики;
- методику оценивания результатов практики.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения программы практики

Наименование компетенций	Измеряемые образовательные результаты (дескрипторы)	Этапы формирования	Задание практики	Отчетные материалы
УК-4	<p>УК-1.1. . Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации</p> <p>УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения</p> <p>УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Собеседование, выполнение индивидуального плана</p> <p>Отчет о проведенной работе</p>
ОПК-1	<p>ОПК-1.1.</p> <p>Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2.</p> <p>Осуществляет 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</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Собеседование, выполнение индивидуального плана</p> <p>Отчет о проведенной работе</p>
ОПК-6	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и</p>	<p>Подготовительный, производственный,</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Ознакомление с правилами</p>	<p>Собеседование, выполнение индивидуального плана</p>

	<p>программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, 19 платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>заключительный этап</p>	<p>внутреннего распорядка, инструктаж по пожарной безопасности, по прохождению практики. Сбор материала для написания отчета по практике, сбор материала для написания отчета, участие в выполнении отдельных видов работ. Характеристика деятельности по связям с общественностью, рекламной работы организации. Знакомится с организационными формами построения рекламной и PR- службы. Выполнение нескольких творческих работ в рамках индивидуальных заданий. Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и Собеседование, выполнение индивидуального плана Отчет о проведенной работе выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Отчет о проведенной работе</p>
ПК-1	<p>ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики. Подготовка отчета по практике. Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ПК-2	<p>ПК-2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Подготовительный, производственный, заключительный этап</p>	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации. Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник</p>

	<p>ПК-2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	этап	<p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>практики, характеристика с места прохождения практики</p>
ПК-3	<p>ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p> <p>ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.</p> <p>ПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p>	Подготовительный, производственный, заключительный этап	<p>Составление индивидуального плана прохождения практики и его согласование с руководителем практики от организации.</p> <p>Изучение деятельности организации, ее рыночного положения.</p> <p>Анализ направлений PR-деятельности в организации.</p> <p>Разработка проектных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Ведение дневника практики.</p> <p>Подготовка отчета по практике.</p> <p>Подготовка доклада с презентацией и выступление на итоговой конференции.</p>	<p>Индивидуальный план прохождения практики, отчет по практике, дневник практики, характеристика с места прохождения практики</p>

Порядок оценки уровня приобретенных компетенций при прохождении практики

Руководитель практики оценивает результаты прохождения практики студентом, руководствуясь Положением о рейтинговой оценке качества знаний студентов ЧГПУ им.

И.Я. Яковлева и правилом начисления баллов за практику. Рейтинг студента по практике рассчитывается путем накопления баллов и приведения их к традиционной шкале оценок.

Основные критерии оценки результатов практики:

а) готовность к прохождению практики (прохождение инструктажа по технике безопасности и др.);

б) степень выполнения программы практики (своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач);

в) полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики;

г) своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета;

д) характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации;

е) публичная защита отчета.

Результаты практики могут быть оценены максимальным рейтинговым баллом –

100.

Правило начисления баллов за практику

Содержание работ	Правило начисления баллов	Максимальный балл по виду работ
Участие в работе установочной конференции, прохождение инструктажа по технике безопасности	5 баллов ставится, если обучающийся присутствовал на установочной конференции, прошел инструктаж по технике безопасности; 3 балла ставится, если студент отсутствовал на установочной конференции по уважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время; 1 балл ставится, если студент отсутствовал по неуважительной причине, прошёл инструктаж в неустановленное время	5
Своевременное выполнение заданий практики в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, ориентация на решение поставленных задач	20 баллов ставится, если обучающийся своевременно, качественно выполнил весь объем работы в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики; 15 баллов ставится, если обучающийся описывает и анализирует выполненные задания, но не всегда четко соотносит выполнение профессиональной деятельности с формированием определенной компетенции и индивидуальным планом прохождения практики; 10 баллов ставится, если обучающийся несвоевременно выполнял задания на практику, допускал ошибки в планировании и решении задач в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики; 5 баллов ставится, если обучающийся проявил низкое качество выполнения заданий в соответствии с индивидуальным планом прохождения практики, направленных на формирование компетенций; 0 баллов ставится, если описание и анализ видов профессиональной деятельности, выполненных заданий отсутствует или носит фрагментарный характер	20
Характеристика, данная обучающемуся руководителем практики в организации	10 баллов ставится, если обучающийся показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики; ответственно и с интересом относился к своей работе 5 баллов ставится, если обучающийся показал недостаточную теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку, в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности; 0 баллов ставится, если обучающийся не проявил знаний теории и умения применять ее на практике, в процессе работы не проявил заинтересованности в будущей	10

	профессиональной деятельности	
Полнота представленной отчетной документации по итогам практики, соответствие программе практики	25 баллов ставится, если обучающийся представил отчет в полном объеме в соответствии с программой практики; 20 баллов ставится, если обучающийся представил отчет с некоторыми отклонениями от качественных параметров; 15 баллов ставится, если обучающийся выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения; 5 баллов ставится, если отчет носит описательный характер, без элементов анализа; 0 баллов ставится, если обучающийся не выполнил программу практики	25
Своевременное представление отчетной документации, качество оформления отчета	20 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, материал изложен грамотно, доказательно, используется профессиональная терминология при оформлении отчетной документации по практике; отчет представлен в установленные сроки; 15 баллов ставится, если отчет оформлен в соответствии с требованиями по оформлению, но при изложении материала обнаружены ошибки в использовании профессиональной терминологии, встречаются стилистические и грамматические ошибки; отчет представлен в установленные сроки; 10 баллов ставится, если обнаружен низкий уровень оформления документации по практике; низкий уровень владения методической терминологией; отчет представлен с нарушением установленных сроков; 5 баллов ставится, если документы по практике оформлены не в соответствии с требованиями, отчет представлен с нарушением установленных сроков	20
Публичная защита отчета	20 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации ; демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; 15 баллов ставится, если обучающийся представил основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации; четко и полно излагает материал, но не всегда последовательно. 10 баллов ставится, если обучающийся представил результаты проделанной работы непоследовательно, проявил низкий уровень владения профессиональным стилем речи в изложении материала; 5 баллов ставится, если обучающийся не умеет доказательно представить материал, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий в соответствии с программой практики	20

Правило определения итоговой оценки

Количество накопленных баллов	Оценка по 4-бальной шкале	Оценка по шкале наименований
90-100	5 (отлично)	Зачтено
76-89	4 (хорошо)	
60-75	3 (удовлетворительно)	
Менее 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учеб. пособие /О.Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец.– Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021.–103 с.

2. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. - Электрон. дан. (1 файл). - Москва : Академический проект, 2020. - 250 с.

б) дополнительная литература:

1. Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. С. Плотникова. - Омск : Омский государственный технический университет, 2021. - 128 с.

2. Медведева, Е. И. Мифодизайн в рекламе технических инноваций : учебное пособие / Е. И. Медведева. – Саратов : Вузовское образование, 2021. - 127 с.

3. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. - Электрон. дан. (1 файл). - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. - 83 с.

4. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «реклама и связи с общественностью», «менеджмент», «торговое дело», «экономика» / Н. В. Терёшина. - Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. - 62 с.

5. Хамаганова, К. В. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / К. В. Хамаганова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018.–186 с.

6. Хмелев, А. В. Дизайн в СМИ: теория и практика: учебный практикум / А. В. Хмелев. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. - 80 с.

в) Интернет-ресурсы:

<http://www.raso.ru> – официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью

<http://www.wciom.ru> – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

<http://www.press-service.ru> – Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба»

<http://www.garant.ru> – информационно-правовой портал «Гарант»

<http://biblio.chgpu.edu.ru> – научная электронная библиотека ЧГПУ им. И.Я. Яковлева

<http://www.iprbookshop.ru> – электронно-библиотечная система Ай Пи Эр Медиа

<https://ibooks.ru> – электронно-библиотечная система Айбукс

<http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека

11 Информационные технологии, используемые на практике

Все студенты имеют возможность открытого доступа к вузовской электронно-библиотечной системе на платформе MARK SQL <http://biblio.chgpu.edu.ru/>, а также к электронно-библиотечным системам: Ай Пи Эр Медиа, Айбукс. Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда вуза обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение практики: ОС Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2007, Kaspersky Endpoint Security для Windows.

12 Материально-техническая база практики

Во время практики обучающиеся должны быть обеспечены рабочими местами в соответствии с программой практики. Предприятие (организация) обязано предоставить возможность использования имеющейся литературы, технической и другой

документации, а также создать необходимые условия для получения в период прохождения практики студентами знаний по вопросам в области рекламы и связей с общественностью. Во время проведения учебных и научно-производственных работ рабочие и бытовые помещения должны соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

Учебные аудитории вуза для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации по практике оснащены аудиторной доской, учебной мебелью, проектором, экраном, ноутбуком, колонками.

Учебные аудитории для самостоятельных занятий оснащены компьютерной мебелью, компьютерами по числу обучающихся, объединенными локальной сетью («компьютерный» класс), с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ЧГПУ им. И.Я. Яковлева.