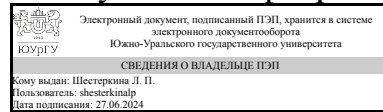


УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой



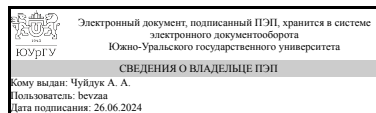
Л. П. Шестеркина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**практики**

**Практика** Производственная практика (преддипломная)  
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
**Уровень** Бакалавриат  
**профиль подготовки** Реклама и связи с общественностью в новых медиа  
**форма обучения** очная  
**кафедра-разработчик** Журналистика, реклама и связи с общественностью

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Разработчик программы,  
преподаватель



А. А. Чуйдук

# **1. Общая характеристика**

## **Вид практики**

Производственная

## **Тип практики**

преддипломная

## **Форма проведения**

Дискретно по периодам проведения практик

## **Цель практики**

Цель производственной преддипломной практики – закрепление у студентов практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью (PR), в том числе проведение исследований и/или разработка проекта в рамках выпускной квалификационной работы (ВКР).

## **Задачи практики**

- организационно-управленческая: участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- проектная: участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; подготовка проектной и сопутствующей документации;
- коммуникационная: участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- рекламно-информационная: разработка рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая: участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг.

## **Краткое содержание практики**

Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации), а также проведение исследований и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской и/или выпускной квалификационной работы; разработка проекта продвижения товара (услуги, предприятия) с использованием возможностей рекламы и связей с общественностью для данного предприятия (организации),

включая аналитический этап, стратегическое и тактическое планирование, медиа-планирование, разработку различных видов рекламной и PR-продукции, методику оценки эффективности в рамках (проектной) выпускной квалификационной работы.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Планируемые результаты освоения ОП ВО	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: Основы корпоративной культуры и принципы корпоративной социальной ответственности
	Умеет: Учитывать социально значимые ценности в профессиональной деятельности
	Имеет практический опыт: Реализации коммуникационного продукта, опираясь на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
ПК-6 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	Знает: Технологические требования и стандарты каналов трансляции коммуникационного продукта
	Умеет: Реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Имеет практический опыт: Организации и контроля соответствия коммуникационного продукта медиаконцепции
ПК-7 Способен планировать и организовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает: Принципы планирования и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет: Разрабатывать графические и текстовые материалы для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Имеет практический опыт: Разработки индивидуальных и коллективных проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

## 3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Планирование и проведение рекламной	

<p>кампании</p> <p>Фото-, видео и аудиоблогинг</p> <p>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p> <p>Имиджелогия</p> <p>Контент-менеджмент корпоративного сайта</p> <p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)</p> <p>Современная пресс-служба</p> <p>Корпоративная культура</p> <p>Разработка PR-кампаний</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)</p> <p>Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Производственная практика (технологическая) (7 семестр)</p>	
--	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

<b>Дисциплина</b>	<b>Требования</b>
Контент-менеджмент корпоративного сайта	<p>Знает: Основные приемы и методы управления контентом корпоративного сайта, Основные нормы и правила создания контента корпоративного сайта</p> <p>Умеет: Создавать контент для корпоративного сайта, Анализировать соответствие формата коммуникационного продукта концепции корпоративного сайта</p> <p>Имеет практический опыт: Подготовки материалов для размещения на корпоративном сайте, Создания и анализа контента для корпоративного сайта</p>
Планирование и проведение рекламной кампании	<p>Знает: Типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы, Принципы организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Умеет: Использовать результаты исследований для планирования рекламной кампании и при создании коммуникационного продукта, Применять на практике принципы организации мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Имеет практический опыт: Планирования и</p>

	разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода; создания и распространения рекламных продуктов, Участия в реализации коммуникационных проектов
Разработка PR-кампаний	Знает: Основные алгоритмы проектов в сфере связей с общественностью Умеет: Разрабатывать и проводить PR-кампании и мероприятия Имеет практический опыт: Разработки стратегии PR-кампании, продуктов PR-деятельности
Фото-, видео и аудиоблогинг	Знает: Особенности создания и редактирования текстов для различных типов медиаплатформ, продвигать контент в различных медиасредах Умеет: Создавать и редактировать тексты для различных типов медиаплатформ, продвигать контент в различных медиасредах Имеет практический опыт: Создания и редактирования текстов для различных типов медиаплатформ, продвижения контент в различных медиасредах
Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)	Знает: Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы рекламной коммуникации, Этапы планирования и организации проектов в сфере рекламы Умеет: Разрабатывать комплекс рекламных коммуникаций на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия. , Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций; планировать, разрабатывать рекламные программы и проводить оценку их эффективности Имеет практический опыт: Применения онлайн и оффлайн технологий рекламного продвижения предмета коммуникаций, Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: типовые проекты и методики организации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методики использования результатов маркетинговых исследований для планирования проекта; основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью, систему, технологии и методы маркетинговых

	<p>коммуникаций; основные понятия и этапы проведения маркетинговых исследований; методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта.</p> <p>Умеет: реализовывать типовые методики и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты маркетинговых исследований для планирования проекта; готовить основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью, организовывать систему сбора информации для маркетинговых исследований, систематизировать, анализировать информацию для принятия маркетинговых решений; проводить маркетинговые исследования; на базе результатов исследования выбирать эффективные технологии и инструменты для разработки и продвижения коммуникационного продукта</p> <p>Имеет практический опыт: планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации; проведения маркетингового исследования, разработки календарных планов; самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов., организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; исследования внутренней и внешней среды компании; планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта</p>
<p>Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций., Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи.</p> <p>Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов., Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку</p>

	<p>рекламных и PR-сообщений. Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде., Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности.</p>
Корпоративная культура	<p>Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности. Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации., Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности., Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.</p>
Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)	<p>Знает: Основные технологии интеграции коммуникационных средств , приемы и методы коммуникации в сфере связей с общественностью, Принципы планирования и организации проектов в сфере связей с общественностью Умеет: Использовать приемы и инструменты PR-коммуникаций, методы онлайн и оффлайн воздействия, Разрабатывать концепцию ИМК; планировать и организовывать программы в сфере связей с общественностью; проводить оценку их эффективности Имеет практический опыт: продвижения базисного субъекта PR с использованием технологий связей с общественностью, Разработки PR-проектов на основе интегрированного подхода</p>

Современная пресс-служба	<p>Знает: Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе, Нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ</p> <p>Умеет: Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа, Применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа</p> <p>Имеет практический опыт: Подготовки авторских материалов для разных типов СМИ и других медиа, Редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями</p>
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	<p>Знает: Особенности организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью; их роль в разработке коммуникативной политики компании (организации) на основе корпоративной социальной ответственности</p> <p>Умеет: "- Анализировать основные проблемы работы отделов рекламы и связей с общественностью различных структур;- оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая реализацию поставленных целей на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности"</p> <p>Имеет практический опыт: Командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p>
Имиджелогия	<p>Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций., Основные принципы построения имиджа компании (и др. объектов коммерческой и социально-общественной деятельности).</p> <p>Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, Формировать образ компании и продвигать по</p>



	<p>средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий.</p> <p>Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях. , В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.</p>
<p>Производственная практика (технологическая) (7 семестр)</p>	<p>Знает: Основные принципы профессиональной деятельности и корпоративной социальной ответственности</p> <p>Умеет: Применять принципы открытости и корпоративной ответственности в профессиональной деятельности</p> <p>Имеет практический опыт: Применения принципов открытости и корпоративной ответственности в профессиональной деятельности</p>

#### 4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 4.

#### 5. Структура и содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	<p>Ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности.</p> <p>Изучение истории создания организации, современного состояния и основных направлений деятельности организации. Общая характеристика предприятия, его организационной структуры; место и роль отдела рекламы/маркетинга/PR на предприятии.</p>	8
2	<p>Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации), в том числе: – мониторинг эффективности проводимых рекламных и PR-кампаний;</p> <p>Участие в организации и проведении рекламных и PR-кампаний;</p> <p>Участие в медиапланировании;</p> <p>Участие в разработке различных видов рекламной продукции;</p> <p>Работа с рекламодателями;</p> <p>Самостоятельная подготовка PR-текстов;</p> <p>Организация взаимодействия со СМИ;</p> <p>Участие в подготовке и проведении специальных мероприятий (в том числе внутрикорпоративных);</p> <p>Работа с Интернет-сайтом организации.</p>	60
3	<p>Вариант 1. Проведение исследований и разработка рекомендаций в</p>	80

	<p>рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Исследования проводятся в соответствии с программой, утвержденной руководителем выпускной квалификационной работы студента.</p> <p>Вариант 2. Разработка проекта в рамках проектной выпускной квалификационной работы. Проект разрабатывается в соответствии с заданием, утвержденным научным руководителем выпускной квалификационной работы студента.</p>	
4	<p>Разработка творческих предложений по дальнейшей работе PR-подразделения (креатив, проекты, сценарии, медиа-планы);</p> <p>Контент-анализ материалов о субъекте PR в периодических изданиях (задачи исследования определяет руководитель практики от предприятия, в т.ч. определение известности организации, влияния отдельных персон, выявление позитивного/негативного отношения, тенденции, позиция отдельных СМИ и т.п.);</p> <p>Описание собственного вклада практиканта в рекламную и PR-деятельность организации.</p>	60
5	<p>Подготовка отчета.</p> <p>Структура отчета: 1. Титульный лист. 2. Характеристика из организации, где проходила практика, заверенная руководителем практики и печатью организации. 3. Описание результатов работы в рамках ВКР. 4. Описание результатов выполнения задания к данному виду практики. 5. Дневник практики студента, подписанный руководителем практики от организации с оценкой важности и степени исполнения студентом указанных в дневнике компетенций.</p>	8

## 6. Формы отчетности по практике

По окончанию практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 31.08.2023 №1.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс.балл	Порядок начисления баллов	Учитель
1	8	Текущий контроль	Проверка дневника прохождения практики	1	30	<p>30 баллов: начисляется, если правильно оформлено задание на практику, сформулированы цель и задачи практики (соотносятся с видом практики), описаны как минимум 3 задачи; календарный график прохождения практики представлен полно: описан каждый из дней периода практики; документ содержит тематические блоки – этапы практики и приведено детальное описание каждого из этапов, отражены виды выполненной работы; отмечены освоенные студентом компетенции; в документе есть виза руководителя и печать предприятия; 20 баллов: начисляется, если при оформлении задания на практику, в описании цели и ряда задач практик допущены ошибки (цель или задачи сформулированы неточно и/или описано не более 2 задач); содержание практики и календарный график практики отражены недостаточно полно (есть пропуски в календарном графике; несоответствие календарного графика установленным срокам практики); лист компетенций заполнен руководителем с места практики; 10 баллов: начисляется, если значительная часть запланированной работы не выполнена; календарный график представлен описанием не более 10 дней от общего количества дней практики или заполнен некорректно (не в соответствии с установленными учебным планом сроками практики); содержание и итог выполненной работы не описаны; лист компетенций не заполнен руководителем с места практики; 0 баллов: начисляется, если дневник не заполнен. 30 баллов: начисляется, если отчет оформлен в соответствии с утвержденными требованиями: имеет титульный лист с правильным указанием вида практики и подразделения; содержит не менее 5 страниц полного текста Times New Roman 14 кеглем (допустимо наличие скриншотов/картинок/фото/таблиц/диаграмм и др. иллюстративного материала); видна четкая структура отчета (имеет содержание), вводные данные о выбранном месте практики, трудовом коллективе; подробно описаны этапы</p>	дифференциальный зачет

					<p>выполнения практических заданий от куратора/руководителя с места практики; подведены итоги, дана собственная оценка применению теоретических знаний, полученных в предшествующих семестрах учебного года, в практической деятельности; освоены и закреплены необходимые компетенции и получены определенные навыки; 20 баллов: начисляется, если при оформлении отчета по практике допущены ошибки; отчет не содержит четкой структуры и логики изложения, количество страниц составляет не более 4 (включая титульный лист); не описан приобретенный практический опыт использования современных технологий медиапроизводства в период практики;</p> <p>10 баллов: начисляется, если содержание отчета не соотносится с дневником практиканта; не в полной мере описано выполнение ассистентских заданий от куратора/руководителя практики; не в полной мере освоены навыки работы с источниками информации (сбор, получение, проверка и хранение информации). 0 баллов: начисляется, если отчет не заполнен или отсутствует.</p>		
2	8	Текущий контроль	Проверка отчета по практике	1	30	<p>30 баллов: начисляется, если отчет оформлен в соответствии с утвержденными требованиями: имеет титульный лист с правильным указанием вида практики и подразделения; содержит не менее 5 страниц полного текста Times New Roman 14 кеглем (допустимо наличие скриншотов/картинок/фото/таблиц/диаграмм и др. иллюстративного материала); видна четкая структура отчета (имеет содержание), вводные данные о выбранном месте практики, трудовом коллективе; подробно описаны этапы выполнения практических заданий от куратора/руководителя с места практики; подведены итоги, дана собственная оценка применению теоретических знаний, полученных в предшествующих семестрах учебного года, в практической деятельности; освоены и закреплены необходимые компетенции и получены определенные навыки; 20 баллов: начисляется, если при оформлении отчета по практике допущены ошибки; отчет не содержит четкой структуры и логики изложения,</p>	дифференциальный зачет

					<p>количество страниц составляет не более 4 (включая титульный лист); не описан приобретенный практический опыт использования современных технологий медиапроизводства в период практики;</p> <p>10 баллов: начисляется, если содержание отчета не соотносится с дневником практиканта; не в полной мере описано выполнение ассистентских заданий от куратора/руководителя практики; не в полной мере освоены навыки работы с источниками информации (сбор, получение, проверка и хранение информации). 0 баллов: начисляется, если отчет не заполнен или отсутствует.</p>		
3	8	Промежуточная аттестация	<p>Защита отчета по итогам практики (выступление с докладом о результатах пройденной практики) -</p>	-	40	<p>40 баллов: начисляется, если студент представил весь пакет утвержденных документов и материалов по практике своевременно; студент защитил доклад по итогам пройденной практики, ответил на все вопросы преподавателя (комиссии преподавателей) согласно установленным срокам; доклад целостный и содержательный, имеет четкую логику и структуру, содержит описание каждого из этапов практики; студент имеет положительный отзыв (характеристику) с места практики; 30 баллов: начисляется, если студент представил весь пакет утвержденных документов и материалов по практике своевременно; в докладе правильно сформулированы и отражены цель и задачи практики; публичная защита отчета по результатам пройденной практики состоялась в установленные сроки, однако есть нарушения регламента выступления; соблюдены орфоэпические и речевые нормы современного русского языка; студент ответил не на все вопросы преподавателя (комиссии); 20 баллов: начисляется, если пакет утвержденных документов представлен своевременно, однако есть нарушения в оформлении документов; публичная защита осуществлена с нарушением регламента, результат практической деятельности в рамках выступления представлен недостаточно полно, фрагментарно; не соблюдены орфоэпические и речевые нормы современного русского языка; студент ответил не на все вопросы преподавателя (комиссии); 10 баллов: начисляется, если студент имеет низкую</p>	дифференциальный зачет

						оценку от руководителя места практики; утвержденные документы заполнены с нарушениями и сданы несвоевременно; публичная защита не состоялась. 0 баллов: начисляется, если отчет, дневник, характеристика практиканта не представлены; публичная защита не состоялась.
--	--	--	--	--	--	---

## 7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

- Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в ЮУрГУ. Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ответственным за практику, и кураторами учебных групп в день, назначенный распоряжением заведующего кафедрой. - Процедура проведения промежуточной аттестации по практике представляет собой публичную защиту доклада о результатах проделанной работы в рамках практики. Время ответа – не более 10 минут. - Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы практики текущего семестра. - Оценка результатов промежуточной аттестации по практике складывается из оценки руководителя по практике от предприятия и результатов устной публичной защиты и объявляется обучающимся в день его проведения.

## 7.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ		
		1	2	3
ПК-5	Знает: Основы корпоративной культуры и принципы корпоративной социальной ответственности			+
ПК-5	Умеет: Учитывать социально значимые ценности в профессиональной деятельности			+
ПК-5	Имеет практический опыт: Реализации коммуникационного продукта, опираясь на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности			+
ПК-6	Знает: Технологические требования и стандарты каналов трансляции коммуникационного продукта		+	
ПК-6	Умеет: Реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью		+	
ПК-6	Имеет практический опыт: Организации и контроля соответствия коммуникационного продукта медиаконцепции		+	
ПК-7	Знает: Принципы планирования и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	+		
ПК-7	Умеет: Разрабатывать графические и текстовые материалы для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	+		
ПК-7	Имеет практический опыт: Разработки индивидуальных и коллективных проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	+		

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

## Печатная учебно-методическая документация

### а) основная литература:

1. Студенческий PR-проект [Текст] учеб. пособие Е. П. Соколова и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 86, [1] с. электрон. версия
2. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.

### б) дополнительная литература:

1. Рекламная деятельность [Текст] учеб. для вузов Информ.-внедрен. центр "Маркетинг"; Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Маркетинг, 2000. - 361, [1] с. ил.
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2008. - 557 с.
3. Хромов, Л. Н. Рекламная деятельность : искусство, теория, практика [Текст] Настол. кн. делового человека - менеджера и бизнесмена. - Петрозаводск: АО "Фолиум", 1994. - 308 с. ил.
4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста [Текст] учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
5. Пелленен, Л. В. PR в сфере промышленности [Текст] учеб. пособие по специальности 030602 "Связи с общественностью" Л. В. Пелленен ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск: Цицеро, 2012. - 245 с. ил.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

Не предусмотрена

## Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Учебно-методические материалы кафедры	Бевз, А.А. Методические указания по подготовке, организации и проведению студенческой практики. – Челябинск, кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью ИМСГН ЮУрГУ, 2019. <a href="https://sites.susu.ru/fj2/wp-content/uploads/sites/58/2021/11/2019-Методические-указания-по-подготовке-организации-и-проведению-студенческой-практики.pdf">https://sites.susu.ru/fj2/wp-content/uploads/sites/58/2021/11/2019-Методические-указания-по-подготовке-организации-и-проведению-студенческой-практики.pdf</a>

## 9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Windows(бессрочно)
3. Microsoft-Office(бессрочно)
4. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)
5. -Microsoft Visual Studio (бессрочно)
6. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -Информационные ресурсы ФГУ ФИПС(бессрочно)

## 10. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
Отдел "360-градусный мультимедийный учебный ньюсрум" ЮУрГУ	454080, Челябинск, Ленина, 76	МОНИТОР 1040010978, СИСТЕМНЫЙ БЛОК PENTIUM 1040010979, ПРИНТЕР 2 1 HP LJ 1020 ЛАЗЕРНЫЙ 2040002226, СИСТ.БЛОК ПК PENTIUM-III 2040002123, телевизор Thomson 29 DM400KG 10909/81 2040011023, Видеопроекторный журналистский комплекс, Системный блок П-ком с предустановленным программным обеспечением, Монитор Samsung LCD 19" E 1920NR, Видеопроектор BenQ SP840, Системный блок П-ком Проц. Intel Original LGA-1156 Core i5-760; мат. плата ASUS P55 s1156; корпус AeroCool XPredaktor black; клавиатура Logitech Deluxe250 black; мышь Logitech RX250 black optical 4D ZOOM; акустическая система etbalanceJB-261 2.0; вентилятор для процессора GlacialTech Igloo i630 Silent 2040022781, Видеопроекторный экран Classic premierScorpius, Комплект звукового оборудования 2040022781
ООО "ФАМИАН"	454000, г. Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 88	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version



		Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
Администрация г. Челябинска	454113, г. Челябинск, пл. Революции, 2	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ЗАО "ИНСИСТРОЙ"	454092, г. Челябинск, ул. К.Либкнехта, 2 оф. 600	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ООО Агентство коммуникации "Идея fix"	454081, г. Челябинск, ул. Артиллерийская, 83, оф. 305	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно)
Благотворительный фонд "ДОБРЫЙ ВОЛШЕБНИК"	454018, Челябинск, Косарева, 63, помещение 1	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно)
ЗАО Типография Автограф	454091, г. Челябинск, ул. Постышева, 2	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
АО "Промышленная Группа "Метран"	454138, Челябинск, пр-т Новоградский, 15	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)