ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Шестеркина Л. П.
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 26.05.2023

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 заочная
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

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Чуйдук А. А.
Пользователь: bevzaa
Дата подписания: 26.05.2023

А. А. Чуйдук

Челябинск

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
Корпоративная культура	

Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама) Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью Фото-, видео и аудиоблогинг Имиджелогия Современная пресс-служба Разработка PR-кампаний Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью) Планирование и проведение рекламной кампании Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Контент-менеджмент корпоративного сайта Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Производственная практика (технологическая) (9 семестр)	

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

Дисциплина	Требования
Контент-менеджмент корпоративного сайта	Знает: Основные нормы и правила создания контента корпоративного сайта, Основные приемы и методы управления контентом корпоративного сайта Умеет: Анализировать соответствие формата коммуникационного продукта концепции корпоративного сайта, Создавать контент для корпоративного сайта Имеет практический опыт: Создания и анализа контента для корпоративного сайта, Подготовки материалов для размещения на корпоративном сайте
Имиджелогия	Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности)., Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезениации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций. Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий., Формировать свой

	профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне., Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.
Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)	Знает: Этапы планирования и организации проектов в сфере рекламы, Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы рекламной коммуникации Умеет: Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций; планировать, разрабатывать рекламные программы и проводить оценку их эффективности, Разрабатывать комплекс рекламных коммуникаций на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия Имеет практический опыт: Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода, Применения онлайн и оффлайн технологий рекламного продвижения предмета коммуникаций
Современная пресс-служба	Знает: Нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ, Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе Умеет: Применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа, Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа Имеет практический опыт: Редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями, Подготовки авторских метериалов для разных типов СМИ и других медиа
Планирование и проведение	Знает: Типовые алгоритмы проектов и кампаний в

рекламной кампании	сфере рекламы, Принципы организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: Использовать результаты исследований для планирования рекламной кампании и при создании коммуникационного продукта, Применять на практике принципы организации мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Имеет практический опыт: Планирования и 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
Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	Знает: Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи., Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Умеет: Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений., Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов. Имеет практический опыт: Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности., Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде.
Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)	Знает: Принципы планирования и организации проектов в сфере связей с общественностью, Основные технологии интеграции коммуникационных средств , приемы и методы коммуникации в сфере связей с общественностью Умеет: Разрабатывать концепцию ИМК; планировать и организовывать программы в сфере

	связей с общественностью; проводить оценку их эффективности, Использовать приемы и инструменты PR-коммуникаций, методы онлайн и оффлайн воздействия Имеет практический опыт: Разработки PR-проектов на основе интегрированного подхода, продвижения базисного субъекта PR с использованием технологий связей с общественностью
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	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 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" Имеет практический опыт: Командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Корпоративная культура	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.
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
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 коммуникаций;основные понятия и этапы проведения маркетинговых исследований;методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта. 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 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 продута;исследования внутренней и внешней среды компании;планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта
Производственная практика (технологическая) (9 семестр)	Знает: Технологии SMM, интернет-маркетинга, принципы планирования и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: Разрабатывать SMM-стратегии, технологии интернет-продвижения, графические и текстовые материалы для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: Разработки технологии SMM-стратегии, стратегии интеренет-продвижения, индивидуальных и коллективных проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

4. Объём практики

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

5. Струкрура и содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности. 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.	8
2	Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации), в том числе: – мониторинг эффективности проводимых рекламных и PR-кампаний; Участие в организации и проведении рекламных и PR-кампаний; Участие в медиапланировании; Участие в разработке различных видов рекламной продукции; Работа с рекламодателями; Самостоятельная подготовка PR-текстов; Организация взаимодействия со СМИ;	60

	Участие в подготовке и проведении специальных мероприятий (в том числе внутрикорпоративных); Работа с Интернет-сайтом организации.	
3	Вариант 1. Проведение исследований и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Исследования проводятся в соответствии с программой, утвержденной руководителем выпускной квалификационной работы студента. Вариант 2. Разработка проекта в рамках проектной выпускной квалификационной работы. Проект разрабатывается в соответствии с заданием, утвержденным научным руководителем выпускной квалификационной работы студента.	80
4	Разработка творческих предложений по дальнейшей работе PR-подразделения (креатив, проекты, сценарии, медиа-планы); Контент-анализ материалов о субъекте PR в периодических изданиях (задачи исследования определяет руководитель практики от предприятия, в т.ч. определение известности организации, влиятельности отдельных персон, выявление позитивного/негативного отношения, тенденции, позиция отдельных СМИ и т.п.); Описание собственного вклада практиканта в рекламную и PR-деятельность организации.	60
5	Подготовка отчета. 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.	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	Учить
1	10	Текущий контроль	Проверка дневника прохождения практики	1	30	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	диффе зачет

						скринов/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, количество страниц составляет не более 4 (включая титульный лист); не описан приобретенный практический опыт использования современных технологий медиапроизводства в период практики; 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.	
2	10	Текущий контроль	Проверка отчета по практике	1	30	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 скринов/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;	диффе зачет

						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; 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.	
3	10	Промежуточная аттестация	Защита отчета по итогам практики (выступление с докладом о результатах пройденной практики) -	-	40	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	дифф зачет

						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 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.

			https://sites.susu.ru/fj2/wp-content/uploads/sites/58/2021/11/2019-Методические-указания-по-подготовке-организации-и-проведению-студенческой-практики.pdf

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
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)
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)
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)

Администрация г. Челябинска	454000, 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)
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)
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 ПВК PENTIUM-III 2040002123, телевизор Thomson 29 DM400KG 10909/81 2040011023, Видеопроекционный 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, Видеопроекционный экран Classic premierScorpius, Комплект звукового оборудования 2040022781
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)