

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

Программа практики

Б2.О.01(У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК РиСО ЗАО №1-3-129.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

| Семестр | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------|----|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| 2 | УП | 106,55 | 1,45 | 3 | Зачет с оценкой |
| | ПП | 106,55 | 1,45 | 3 | |
| Итого | УП | 106,55 | 1,45 | 3 | |
| | ПП | 106,55 | 1,45 | 3 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: формирование у обучающихся компетенций в области применения теоретических знаний и первичных практических навыков в процессе профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

1.2 Задачи практики:

- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций; раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности коммуникационных предприятий и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;

- знакомство обучающихся со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг;

- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальном этапе карьеры.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Русский язык и культура речи

История рекламы и связей с общественностью

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Введение в коммуникационные специальности

Информационно-коммуникационные технологии

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

| |
|---|
| УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач |
| Знать: методы и инструменты работы с информацией и данными; |
| Уметь: применять методики и инструменты обработки различных данных; осуществлять критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения целей и задач профессиональной деятельности. |
| Владеть: навыками эффективной обработки больших объемов информации; навыками критического анализа и синтеза информации; навыками системного подхода к решению задач профессиональной деятельности. |
| УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений |
| Знать: основы правового и законодательного регулирования профессиональной деятельности; инструменты планирования и реализации проектной деятельности в решении профессиональных задач. |
| Уметь: формулировать цели и задачи профессиональной деятельности; определять инструменты и методы решения профессиональных задач. |
| Владеть: навыками проектирования решений профессиональных задач с учетом действующего законодательства. |
| УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |
| Знать: правила, нормы, особенности и технологии межличностной и групповой коммуникации. |
| Уметь: применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды. |
| Владеть: навыками эффективного социального взаимодействия и работы в команде. |
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) |
| Знать: правила и особенности деловой коммуникации в устной и письменной формах. |
| Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах. |
| Владеть: навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме в профессиональной сфере. |
| УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах |
| Знать: особенности различных культур в социально-историческом, этическом и философском контексте, специфику межличностного взаимодействия в профессиональной среде. |
| Уметь: эффективно осуществлять межличностную коммуникацию с учетом разнообразия межкультурного взаимодействия. |
| Владеть: навыками восприятия и общения в условиях межкультурного разнообразия общества в профессиональной среде. |

| |
|--|
| УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни |
| Знать: принципы и инструменты самообразования, повышения профессиональной квалификации и профессионального роста |
| Уметь: эффективно управлять собственными интеллектуальными и материальными ресурсами. |
| Владеть: навыками самосовершенствования, саморазвития, повышения профессиональной квалификации, построение комплексной системы развития профессиональных умений и навыков с учетом требований профессиональной сферы. |
| УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| Знать: роль и значение активного и здорового образа жизни. |
| Уметь: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья в целях обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. |
| Владеть: навыками ведения активного и здорового образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. |
| УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов |
| Знать: основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации. |
| Уметь: описать мероприятия по обеспечению безопасности производственной деятельности на предприятии. |
| Владеть: навыками использования методов и средств защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения. |
| УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности |
| Знать: – принципы, формы, методы профилактики экстремистских и террористических проявлений; основные принципы и содержание антикоррупционного законодательства |
| Уметь: - критически оценивать возникающие ситуации, отражающие проявления экстремизма и терроризма в практической деятельности; применять антикоррупционное законодательство на практике, анализировать причины появления коррупционного поведения в обществе, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме |
| Владеть: – навыками профилактической работы, направленной на предупреждение экстремистской деятельности и вовлечения в террористические организации; основами антикоррупционной деятельности, навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции |
| ОПК-1: Способен 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 |
| Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. |
| Уметь: выявлять ключевые характеристики, а также достоинства и недостатки медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. |
| Владеть: навыками работы с текстами рекламы и связей с общественностью и (или) иными коммуникационными продуктами различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем. |
| ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах |
| Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности. |
| Уметь: анализировать систему общественных и государственных институтов на основе обработки актуальной медийной информации. |
| Владеть: навыками работы с медиа и коммуникационными продуктами в процессе освещения деятельности общественных и государственных систем. |

| |
|---|
| ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов |
| Знать: основные источники получения научно-практической информации в сфере отечественной и мировой культуры. |
| Уметь: выделять культурные феномены, наиболее значимые для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов. |
| Владеть: способностью создавать коммуникационные и медиапродукты, используя потенциал отечественной и зарубежной культуры. |
| ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |
| Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. |
| Уметь: выявлять политические, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем, их соответствие правовым и этическим нормам. |
| Владеть: навыками изучения и анализа функционирования медиакоммуникационных систем в рамках профессиональной деятельности. |
| ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности |
| Знать: методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования. |
| Уметь: анализировать эффекты медиа и коммуникационного продукта и оценивать его соответствие принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования. |
| Владеть: навыками оценки и создания медиа и коммуникационного продукта в рамках правового и этического поля. |

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

| Наименование и содержание разделов (этапов) | Семестр | СР (часы) |
|---|---------|-----------|
| Раздел 1. Организационная работа | | |
| Этап 1. Принципы, правила и методы организации работы специалиста по РиСО в различных отраслях. Должностные инструкции, правила техники безопасности, нормы социального взаимодействия. Основные принципы противодействия коррупции. Система общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в контексте профессиональной деятельности. Изучение действующих в подразделениях нормативно-правовых актов по его функциональному предназначению, режиму работы, структуре данной организации. | 2 | 30 |

| | |
|---|---------------|
| <p>Этап 2. Организационная структура предприятия. Описание предприятия, сферы деятельности, структуры компании, нормативной документации.</p> <p>Исследования сегмента рынка, в котором функционирует предприятие, должностные инструкции специалистов по коммуникационным специальностям и особенность их работы в той или иной отрасли (по профилям или направлениям работы компании). Конкурентный анализ сферы деятельности предприятия. Описание целевой аудитории (с применением географических, демографических, психографических и поведенческих критериев сегментирования). SWOT-анализ.</p> <p>Выявление культурных феноменов, наиболее значимых для создания текстов рекламы и PR и иных коммуникационных продуктов.</p> | 26 |
| Раздел 2. Коммуникационно-аналитическая работа | |
| <p>Этап 3. Создание презентации микроисследования. Выполнение индивидуальных заданий.</p> <p>Участие в лекториях по практике.</p> | 30 |
| <p>Этап 4. Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки отчетных документов о практике.</p> <p>Презентация отчета.</p> | 20,55 |
| Итого в семестре | 106,55 |
| Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой) | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | 106,55 |

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

4.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения |
|-----------------|---|
| УК-1 | Описывает специфику поиска, отбора и обработки различных видов информации; Характеризует различные методы работы с информацией в профессиональной деятельности; Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации в рамках решения профессиональных задач. |
| УК-2 | Характеризует правовые и законодательные нормы своей профессиональной области; Отбирает наиболее эффективные методы решения профессиональных задач; Решает профессиональные задачи в рамках правового поля и действующего отраслевого и общего законодательства. |
| УК-3 | Описывает особенности групповой и межличностной коммуникации; Характеризует и применяет методики эффективной межличностной коммуникации в командной и индивидуальной работе; |
| УК-4 | Характеризует правила и особенности деловой коммуникации; Использует технологии эффективной коммуникации в деловом общении; Осуществляет релевантную деловую коммуникацию в профессиональной сфере. |
| УК-5 | Описывает особенности межкультурного взаимодействия в профессиональной среде; Характеризует технологии и инструменты эффективного межкультурного взаимодействия; Осуществляет межличностную коммуникацию в профессиональной среде с учетом норм и правил межкультурного взаимодействия. |
| УК-6 | Описывает технологии и инструменты интеллектуального развития в профессиональной области. Формируют и развивают собственные интеллектуальные и материальные ресурсы в рамках профессиональной деятельности; |

| | |
|-------|--|
| | Эффективно и своевременно повышают собственную профессиональную квалификацию, развивают профессиональные умения и навыки. |
| УК-7 | Описывает принципы и обосновывает необходимость здорового образа жизни для эффективной профессиональной деятельности; Организовывает социальную и профессиональную деятельность с учетом необходимости поддержания должного уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; Ведет активный и здоровый образ жизни для обеспечения эффективной и полноценной профессиональной деятельности. |
| ОПК-2 | Описывает принципы и механизмы функционирования государственных и общественных институтов; Анализирует информацию о деятельности государственных и общественных институтов; Создает и распространяет медиа и коммуникационный продукт о деятельности государственных и общественных институтов. |
| ОПК-3 | Описывает ключевые источники информации в сфере культуры; Характеризует культурологические аспекты для создания рекламных и PR-текстов Создает коммуникационные и медиа продукты с использованием достижений отечественной и мировой культуры. |
| ОПК-5 | Описывает многообразие факторов развития и функционирования медиакоммуникационных системы различного уровня. Характеризует механизмы функционирования и легитимность различных медиакоммуникационных систем. Изучает и анализирует медиакоммуникационные системы в профессиональной деятельности |
| ОПК-7 | Описывает методики и инструменты оценки результатов профессиональной деятельности; Характеризует возможные эффекты и последствия создания и распространения медиа и коммуникационных продуктов как предмета профессиональной деятельности; Создает эффективный медиа и коммуникационный продукт, соответствующий поставленным целям, правовым и этическим нормам. |
| УК-8 | Описывает основные правила и нормы организации безопасных условий жизнедеятельности; Характеризует методы и правила организации безопасной производственной деятельности; Выполняет требования правил обеспечения безопасных условий труда в различных условиях |
| ОПК-1 | Характеризует принципы и методы создания различных медиапродуктов, с учетом разнообразия знаковых систем; Оценивает и анализирует различные медиатексты и медиапродукты; Создают в процессе профессиональной деятельности различные рекламные и PR тексты. |
| УК-10 | описывает признаки коррупционной деятельности; виды экстремистских и террористических проявлений; выявляет потенциально коррупционные ситуации, проявления экстремизма и терроризма в практической деятельности; выполняет требования по антикоррупционной деятельности и деятельности направленной на предупреждение экстремистской деятельности и вовлечения в террористические организации. |

4.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций |
|-------------------------|---|
| | Устное собеседование |
| 5 (отлично) | Обучающийся дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание вопроса и широкую эрудицию в оцениваемой области. Демонстрирует критический, оригинальный подход к поставленному вопросу. Понимание целей и задач практики. |
| 4 (хорошо) | Ответ стандартный, качественный. Демонстрирует ориентирование в источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. |
| 3 (удовлетворительно) | Ответ неполный, основанный только на учебных материалах, содержащий существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание важных терминов. Отсутствие связи с конкретной практической деятельностью. |
| 2 (неудовлетворительно) | Непонимание заданного вопроса. Неспособность ответить на дополнительные вопросы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств. |

4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

4.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|--------|--|
| Курс 2 | |
| 1 | Методы и инструменты работы с информацией и данными в профессиональной деятельности. |

| | |
|----|--|
| 2 | Специфика коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем. |
| 3 | Достоинства и недостатки медиатекстов, и медиапродуктов, коммуникационных продуктов. |
| 4 | Критический анализ информации из открытых источников |
| 5 | Особенности медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; |
| 6 | Методы и средства защиты для обеспечения безопасных условий труда и в чрезвычайных ситуациях природного и техногенного происхождения. |
| 7 | Основные источники техногенных рисков на предприятии, признаки их возникновения и порядок действий в случае их реализации. |
| 8 | Характеристики медиа и коммуникационных продуктов в рамках правового и этического поля. |
| 9 | Принципы социальной ответственности и нормы правового и этического регулирования. |
| 10 | Методы оценки соответствия результатов профессиональной деятельности принципам социальной ответственности и нормам правового и этического регулирования. |
| 11 | Правила, методы и нормы устной и письменной деловой коммуникации в профессиональной сфере. |
| 12 | PEST – анализ – для определения влияющих на организацию факторов макросреды. |
| 13 | Анализ 5-ти конкурентных сил М. Портера – для анализа внешней среды организации. |
| 14 | SWOT- анализ – для выявления внутренних сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз выбранной фирмы – потенциальной базы практики. |
| 15 | Провести анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации с использованием необходимых методов |
| 16 | Проанализировать фирменный стиль организации (логотип, фирменный знак, цветовая гамма, шрифт, слоган). Если нет, разработать и обосновать варианты. |
| 17 | Описать косвенных конкурентов (по одному из критериев: целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту) |
| 18 | Описать прямых конкурентов (по целевой аудитории, ценовому сегменту, ассортименту); |
| 19 | Дайте характеристику основных нормативных документов, инструкций, положений, регламентирующими рекламную и PR-деятельность предприятия/организации/агентства, а также отдела (подразделения), которую вы посетили. |
| 20 | Проанализируйте и опишите коммуникационную деятельность организации/компании/агентства. |
| 21 | Дайте характеристику внешней и внутренней коммуникационной среды организации/компании/агентства. |
| 22 | Опишите опыт планирования и проведения рекламных и PR-кампаний, применяемых в практике данной организации. |
| 23 | Проанализируйте и опишите средства и методы, применяемые при планировании, подготовке и проведении социологических исследований в зависимости от сферы деятельности организации. |
| 24 | Укажите основные показатели оценки эффективности деятельности рекламных и PR-кампаний применяемых в практике данной организации. |
| 25 | Правовое и законодательное регулирование профессиональной деятельности. |
| 26 | Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности. |
| 27 | Методики командообразования в профессиональной деятельности. |
| 28 | Особенности межкультурного диалога в профессиональной среде. |
| 29 | Национальные и культурные стереотипы в профессиональной деятельности. |
| 30 | Профессиональный портрет специалиста по рекламе и связям с общественностью. Требования к профессиональным умениям и навыкам специалиста в области РИСО. |
| 31 | Факторы совершенствования профессиональной деятельности специалиста. Траектории саморазвития. |
| 32 | Основы и принципы освещения деятельности государственных и общественных институтов в СМИ. |
| 33 | Культурологические аспекты создания коммуникационного и медиа продукта. |
| 34 | Социальная ответственность и особенности профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям в чрезвычайных ситуациях. |
| 35 | Сущность и особенности функционирования медиакоммуникационной системы региона. |
| 36 | Оценка эффективности медиа и коммуникационного продукта. |
| 37 | Правила и принципы организации труда специалиста по РИСО |
| 38 | Виды, жанры и функции рекламных и PR-текстов |

4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

4.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

4.3.3 Требования к оформлению отчётности по практике

Отчетность по прохождению учебной практики представляет собой презентацию письменного отчета по практике, ответа на устные вопросы руководителю практики на кафедре. Отчет должен быть оформлен в строгом соответствии с установленными образцами и шаблонами. Отчет должен включать в себя письменные комментарии студента по выполненным заданиям практики. Отчет должен носить аналитический характер, описывать практическую деятельность студента.

Оформить отчёт необходимо в виде аналитической записки: объем отчета о прохождении практики должен составлять не более 5-7 страниц (не включая формальные бланки) формата А4, набранных 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала, поля стандартные левое – 3см, правое 1 см, верхнее и нижнее по 2 см.

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Каждому студенту дается список вопросов по практике. На подготовку к презентации отчета и ответу на вопросы дается 15 минут. Преподаватель задает один или несколько устных вопросов и переходит к оценке письменного отчета.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|---|---|---|-------------|---|
| 5.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Чилинбир, Е. Ю. | Реклама и связи с общественностью: введение в профессию | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/95336.html |
| Катаев, А. В., Катаева, Т. М., Названова, И. А. | Digital-маркетинг | Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/100169.html |
| 5.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Грачев А. С., Грачева С. А., Спирина Е. Г. | PR-служба компании | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/75229.html |
| Горкина, М. Б. | Пять шагов от менеджера до PR-директора | Москва: Альпина Бизнес Букс | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/82765.html |
| Бердников И. П., Стрижова А. Ф. | PR-коммуникации | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/83123.html |

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>

Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

| Аудитория | Оснащение |
|--------------------|--|
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- |