

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е.Рудин

## Программа практики

**Б2.О.01(П)**

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Учебный план: 2025-2026 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ОО №2-1-134.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:  
(специализация) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр		Контактная работа	Сам. работа	Контроль, час.	Трудовая нагрузка, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практические занятия				
1	УП	32	75,75	0,25	3	Зачет с оценкой
	ПП	32	75,75	0,25	3	
Итого	УП	32	75,75	0,25	3	
	ПП	32	75,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор

\_\_\_\_\_

Кардинская Светлана  
Владленовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Смирнов Алексей  
Викторович

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

**1.1 Цель практики:** Сформировать компетенции обучающихся в сферах исследовательских технологий и методов разработки творческих проектов в медиаиндустрии

**1.2 Задачи практики:**

1. закрепить методологию исследований различных типов социальных коммуникаций.
2. раскрыть принципы научных подходов к исследовательской деятельности в медиаиндустрии
3. сформировать навыки эмпирических исследований в сфере коммуникации

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

- Философские проблемы науки и техники
- Теория и философия медиакоммуникаций
- История публичных коммуникаций

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

<b>УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</b>
<b>Знать:</b> - методы системного и критического анализа; методики разработки стратегии действий для выявления и решения задач профессиональной деятельности.
<b>Уметь:</b> - применять методы системного критического анализа, разрабатывать и реализовывать стратегию принятия решений в профессиональной сфере.
<b>Владеть:</b> - навыками системного и критического анализа; навыками постановки цели, разработки стратегий действий в профессионально-творческой деятельности.
<b>УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, выработать командную стратегию для достижения поставленной цели</b>
<b>Знать:</b> - основы командообразования; принципы организации деятельности коллектива в профессиональной сфере.
<b>Уметь:</b> – планировать и организовывать работу коллектива, формировать должностные инструкции; распределять обязанности по осуществлению профессиональной деятельности среди специалистов.
<b>Владеть:</b> – навыками анализа, проектирования и организации эффективного взаимодействия в команде для достижения целей и задач профессиональной деятельности.
<b>УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</b>
<b>Знать:</b> – особенности деловой коммуникации в профессиональной сфере.
<b>Уметь:</b> - применять в профессиональной деятельности коммуникативные технологии делового общения на различных языках.
<b>Владеть:</b> - навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере.
<b>УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</b>
<b>Знать:</b> – особенности, правила и нормы осуществления межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере.
<b>Уметь:</b> – осуществлять профессиональную деятельность с учетом норм и особенностей межкультурного взаимодействия.
<b>Владеть:</b> – навыками эффективного межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере.
<b>УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</b>
<b>Знать:</b> - методики самооценки, самоконтроля и саморазвития; основные принципы определения приоритетов личностного развития исходя из стратегии карьерного роста и требований профессиональной сферы.
<b>Уметь:</b> – планировать и реализовывать систему профессионального роста и личностного развития.
<b>Владеть:</b> – навыками самосовершенствования, определения перспектив и возможностей профессионального роста, повышения профессиональной квалификации.

<p><b>ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</b></p>
<p><b>Знать:</b> – принципы и методы организации и управления процессом производства и продвижения востребованных обществом и индустрией медиатекстов и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>
<p><b>Уметь:</b> – осуществлять документооборот на всех этапах создания и продвижения продукта профессиональной деятельности с учетом норм русского и иностранного языков; планировать и координировать профессиональную деятельность сотрудников подразделения рекламы и связей с общественностью.</p>
<p><b>Владеть:</b> – навыками организационно-управленческой деятельности служб рекламы и связей с общественностью; навыками планирования, реализации и оперативного контроля процесса создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и иных коммуникационных продуктов с учетом норм и особенностей различных знаковых систем.</p>
<p><b>ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b></p>
<p><b>Знать:</b> – особенности осуществления профессионально творческой аналитической деятельности с учетом специфики функционирования общественных и государственных институтов.</p>
<p><b>Уметь:</b> – разносторонне освещать в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах социально значимые аспекты функционирования общественных и государственных институтов.</p>
<p><b>Владеть:</b> – навыком осуществления комплексного анализа функционирования общественных и государственных институтов в рамках профессиональной деятельности.</p>
<p><b>ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b></p>
<p><b>Знать:</b> – основные методики выявления ведущих тенденций развития культурных процессов и их роль в создании коммуникационных продуктов.</p>
<p><b>Уметь:</b> – выявлять лучшие практики реализации коммуникационной деятельности из опыта отечественной и мировой культуры</p>
<p><b>Владеть:</b> - навыками комплексного исследования культурного процесса с целью приложения результатов исследования к профессиональной деятельности</p>
<p><b>ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</b></p>
<p><b>Знать:</b> - ведущие методы анализа аудитории в целях прогнозирования спроса и управления поведением через медиа и коммуникационные продукты.</p>
<p><b>Уметь:</b> - интерпретировать данные комплексных исследований о потребностях различных групп в медиа-коммуникационных продуктах.</p>
<p><b>Владеть:</b> - навыками поиска информации и (или) организации процесса изучения аудиторий и применения результатов исследований аудитории для разработки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
<p><b>ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b></p>
<p><b>Знать:</b> - особенности развития медиакоммуникаций в региональном, национальном и глобальном контексте.</p>
<p><b>Уметь:</b> - выявлять особенности социо-политических, экономических факторов, правовых и этических норм в развитии разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне.</p>
<p><b>Владеть:</b> навыком подготовки и принятия взвешенных профессиональных решений по подготовке текстов и (или) разработке и реализации коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
<p><b>ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</b></p>
<p><b>Знать:</b> - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, используемые в профессиональной деятельности.</p>
<p><b>Уметь:</b> - отслеживать ведущие тенденции развития технического оборудования, программного обеспечения в профессиональной деятельности</p>
<p><b>Владеть:</b> - навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных технологий, инструментов, технических средств и программного обеспечения.</p>
<p><b>ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</b></p>
<p><b>Знать:</b> - возможные эффекты в медиасфере и способы их прогнозирования.</p>
<p><b>Уметь:</b> – прогнозировать и оценивать риски эффектов и последствий профессиональной деятельности в медиасфере</p>
<p><b>Владеть:</b> - прогнозирования и оценки возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений с учетом принципов социальной ответственности.</p>

### 3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)		
Раздел 1. Подготовительный этап	1			О,Д
Этап 1. Участие в установочной конференции. Изучение содержания программы практики. Получение рекомендаций по выполнению заданий практики.		4	5	
Этап 2. Заключение договора на прохождение практики. Обучающийся получает на кафедре бланк договора и подписывает его в организации. При необходимости в договор со стороны принимающей организации могут быть внесены изменения, если это требуется с точки зрения соблюдения юридических требований. Договор необходимо распечатать и подписать в 3 вариантах. Не позднее чем за 3 дня до начала практики все 3 подписанных варианта договора необходимо принести на кафедру для передачи его в отдел практик СПбГУПТД. В крайнем случае допускается предоставление электронной версии подписанного договора, с последующим предоставлением печатных вариантов. Подписанный договор также должен содержать календарный план прохождения практики, где должно быть указано сколько обучающихся проходит практику на этом предприятии, кто именно (ФИО) и в какие сроки.			5	
Этап 3. Подробное знакомство с предприятием, его структурой, сферой деятельности. Анализ коммуникационных инструментов предприятия. Изучение структуры отдела рекламы и связей с общественностью или заменяющего его.		4	8	
Этап 4. Анализ положения компании на рынке. Конкурентный анализ предприятия. Сегментация потребителей услуг предприятия. Определение цели и задач коммуникационных мероприятий		4	6	
Раздел 2. Этап разработки коммуникационных материалов				Пр
Этап 5. Разработка перечня необходимых рекламных носителей с кратким обоснованием. Разработка макетов 2-х рекламных носителей	2	5,75		

<p>Этап 6. Создание мини-сайта. SEO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка дизайна сайта</li> <li>- Наполнение сайта (контент)</li> <li>- Публикация мини-сайта в интернете</li> <li>- Оптимизация макета для SEO-продвижения</li> <li>- Наличие в мини-сайте текста с ключевыми словами</li> <li>- Наличие в мини-сайте элементов графики и инфографики</li> <li>- Наличие у сайта 3-х и более страниц</li> <li>- Наличие у сайта указания активной локации (адрес, карта)</li> <li>- Наличие у сайта формы обратной связи или лидогенерации.</li> </ul>		4	7	
<p>Этап 7. Разработка контент-стратегии для социальных медиа и ее обоснование. Разработка контент-плана на неделю для аккаунтов предприятия в социальных сетях. Написание 3-4 текстов для разных площадок размещения (сайт, ATL-продвижение, соц.медиа). SMM-продвижение</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Составление перечня из не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора</li> <li>- Подготовка нативной статьи для публикации в социальных медиа .</li> </ul>		4	6	
<p>Этап 8. Разработка сценария специального мероприятия. Оформление организационных документов на мероприятие</p>		4	6	
<p>Этап 9. Организация и настройка рекламной кампании по контекстному продвижению предприятия. Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора KPI (включая расходную составляющую)</p>		4	7	
<p>Раздел 3. Подведение итогов практики</p>				
<p>Этап 10. Подготовка и написание отчета по практике. Отчет должен включать все необходимые разделы, указанные в шаблоне. Также в отчете должны быть указаны результаты маркетинговых и коммуникационных исследований, проведенных в рамках практики, а также материалы по индивидуальному заданию на практику. Оформление отчета согласно предъявляемым требованиям. Отчет должен быть написан в рамках делового и научного стиля коммуникации. Текст отчета должен быть проверен с точки зрения соблюдения грамматических и орфографических норм русского языка. Форматирование документа должно быть выполнено согласно предъявляемым требованиям.</p>			10	П

Этап 11. Предоставление готового отчета руководителю практики от предприятия. Получение оценки за практику и характеристик работы, подписание отчета руководителем практики от предприятия. Проставление печатей, необходимых для утверждения отчета.		5	
Этап 12. Предоставление отчета с подписями и печатями от предприятия руководителю практики от кафедры.	2	5	
Итого в семестре	32	75,75	
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	0,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	32,25	75,75	

#### 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	разрабатывает программу маркетинговых и коммуникационных исследований для решения задач предприятия - базы практики обосновывает предлагаемую концепцию коммуникационных мероприятий определяет цель и задачи коммуникационных мероприятий
УК-3	анализирует принципы корпоративной культуры предприятия согласовывает с руководителем практики круг задач специалиста по рекламе и связям с общественностью в рамках решения задач производственной практики уточняет план согласования рекламных материалов с руководителем практики
УК-4	составляет отчет по практике с учетом специфики деловой коммуникации в профессиональной сфере отражает специфику деловой коммуникации при составлении аналитической части отчета по практике использует приемы деловой профессиональной коммуникации при защите отчета по практике
УК-5	разрабатывает рекламные и PR-материалы с учетом специфики межкультурной коммуникации отражает специфику межкультурной коммуникации при составлении отчета по практике использует приемы межкультурной коммуникации при разработке материалов в рамках индивидуального задания по практике
УК-6	Определяет основные принципы определения приоритетов личностного развития исходя из стратегии карьерного роста и требований профессиональной сферы. Планирует и реализует систему профессионального роста и личностного развития. Строит план профессионального роста и повышения профессиональной квалификации.
ОПК-1	разрабатывает коммуникационные продукты для предприятия базы практики составляет отчет по практике согласно требованиям, предъявляемым к подобного рода документам составляет рекомендации и коммуникационные продукты для решения задач предприятия базы практики
ОПК-2	разрабатывает программу маркетингового и коммуникационного исследования для предприятия базы практики с учетом реальной рыночной ситуации и актуальных социально-экономических факторов разрабатывает коммуникационные продукты с учетом реальной рыночной ситуации и актуальных социально-экономических факторов анализирует влияние социальных и экономических факторов на деятельность предприятия базы практики
ОПК-3	отражает в предлагаемых коммуникационных продуктах культурные тенденции, актуальные для рынка и сегментов потребителей услуг предприятия базы практики ориентируется при разработке на коммуникационные материалы лидеров рынка анализирует влияние социокультурных факторов на деятельность предприятия базы практики
ОПК-4	обосновывает выбор методов изучения потребителей в рамках выполнения индивидуального задания разрабатывает и реализует программу изучения потребителей в рамках выполнения индивидуального задания применяет полученные в результате исследования данные о потребителях для разработки коммуникационных материалов
ОПК-5	разрабатывает рекомендации по продвижению предприятия базы практики с учетом специфики

	регионального медиарынка учитывает особенности местных социополитических, экономических факторов, правовых и этических норм при разработке коммуникационных материалов предлагает программу реализации коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования региональной медиакommunikационной системы
ОПК-6	использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для разработки коммуникационных продуктов в рамках выполнения индивидуального задания по практике разрабатывает коммуникационные продукты в рамках выполнения индивидуального задания по практике с учетом тенденций развития технического оборудования, программного обеспечения в профессиональной деятельности использует при выполнении индивидуального задания по практике современные технологии, инструменты, технические средства и программное обеспечение
ОПК-7	разрабатывает коммуникационные продукты в рамках выполнения индивидуального задания по практике с учетом возможных эффектов в медиасфере прогнозирует и оценивает риски эффектов и последствий реализации предлагаемых рекомендаций в рамках индивидуального задания по практике прогнозирует и оценивает возможные эффекты разрабатываемых в рамках индивидуального задания по практике коммуникационных решений с учетом принципов социальной ответственности

#### 4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы полностью соответствуют программе практики и результаты НИР имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, качество оформления статьи соответствуют требованиям. В процессе защиты отчетных материалов обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области.
4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе НИР, содержат стандартные выводы и рекомендации; индивидуальное задание выполнено, качество оформления статьи соответствуют требованиям. В процессе защиты отчетных материалов обучающийся дал полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения НИР; отчетные материалы в целом соответствуют программе НИР, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, качество оформления отчетных материалов имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчетных материалов обучающийся дал ответ с существенными ошибками или пробелами в знаниях по некоторым разделам практики. Демонстрирует понимание содержания практики в целом, без углубления в детали.
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; не смог справиться с практической частью индивидуального задания, качество оформления отчетных материалов не соответствует требованиям. В процессе защиты отчетных материалов обучающийся продемонстрировал неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя, незнание значительной части принципиально важных практических элементов, многочисленные грубые ошибки.

#### 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
Семестр 1	
1	Анализ коммуникационных инструментов предприятия.
2	Изучение структуры отдела рекламы и связей с общественностью или заменяющего его.
3	Анализ положения компании на рынке.
4	Конкурентный анализ предприятия.
5	Сегментация потребителей услуг предприятия.
6	Определение цели и задач коммуникационных мероприятий.

7	Разработка перечня необходимых рекламных носителей с кратким обоснованием.
8	Разработка макетов 2-х рекламных носителей
9	Создание мини-сайта.
10	SEO оптимизация сайта
11	Разработка контент-стратегии для социальных медиа и ее обоснование.
12	Разработка контент-плана на неделю для аккаунтов предприятия в социальных сетях и его обоснование.
13	Написание 3-4 текстов для разных площадок размещения (сайт, ATL-продвижение, соц.медиа).
14	SMM-продвижение. Составление перечня из не менее 3-х подходящих социальных медиа с обоснованием выбора
15	Подготовка нативной статьи для публикации в социальных медиа
16	Организация и настройка рекламной кампании по контекстному продвижению предприятия.
17	Настройка таргетингового продвижения сайта в социальных медиа. Краткое описание стратегии (настроек) продвижения сообщения в социальных медиа и обоснование выбора KPI (включая расходную составляющую)
18	Разработка сценария специального мероприятия. Оформление организационных документов на мероприятие.

#### 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

Отчет должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017. и выполнен в компьютерном наборе. Отчет по практике предоставляется в виде печатного текста. Объем отчета по практике определяется его содержанием и составляет 15-20 страниц печатного текста через, TNR, 14 кегель, 1,5 интервал, выравнивание по ширине, абзац 1.25.

В отчете по практике студент должен отразить следующие вопросы:

- место и время прохождения практики;
- охарактеризовать текущую ситуацию в организации, для которой происходит разработка мероприятия – кратко охарактеризовать организацию, ее ассортиментную политику, ситуацию на рынке, место организации на рынке, ее целевую аудиторию, позиционирование, стратегические цели в области коммуникаций, особенности коммуникационной политики;
- сформулировать маркетинговые и коммуникационные цели разрабатываемого проекта: определить цель и задачи, осуществить выбор адресата коммуникации, сформулировать коммуникационную идею;
- описать особенности работы на практике над проектом:
  1. этапы работы по созданию или реализации проекта; причины выбора тех или иных элементов проекта;
  2. оценка эффективности проекта, причины успеха или неудач;
  3. рекомендации по совершенствованию маркетинговой или рекламной деятельности предприятия.
- краткое изложение содержания и выполнения программы и индивидуального задания;
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в ходе практики;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- анализ наиболее сложных и характерных случаев, изученных студентом;
- описание навыков, приобретенных за время практики;
- предложения по организации труда на соответствующем участке работы.

В приложении отчета необходимо представить разработанную рекламную продукцию, разработанные планы реализации проекта, программу исследования и т.д.

Полный отчет о производственной практике состоит из:

1. Титульный лист (подписи обучающегося, руководителя практикой от предприятия, руководителя практикой от вуза и печать предприятия)
2. Рабочий график (план) практики и индивидуальное задание (подписи обучающегося, руководителя практикой от предприятия, руководителя практикой от вуза и печать предприятия)
3. Отзыв руководителя практикой от предприятия (подпись руководителя практикой от предприятия и печать организации - базы практики)
4. Отзыв руководителя практикой от вуза (подпись руководителя практикой от вуза)
5. Содержание
6. Введение
7. Основная часть отчета (процесс выполнения индивидуального задания)
8. Заключение
9. Список источников и используемой литературы
10. Приложение (разработанные обучающимся материалы практики)

### 4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Отчет по практике предоставляется в напечатанном виде и устно защищается. Обучающийся делает доклад с презентацией, общая продолжительность которого не должна превышать 8-10 мин. Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования, презентации, отзыва руководителей практики. Оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### 5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>5.1.1 Основная учебная литература</b>				
Анашкина, Н. А., Ткаченко, О. Н., Шматко, М. В.	Практическая подготовка студентов направления «Реклама и связи с общественностью»	Омск: Омский государственный технический университет	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/115440.html">http://www.iprbookshop.ru/115440.html</a>
Диканов, М. Ю.	Комплексный маркетинговый анализ предприятий различных сфер деятельности	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет	2018	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/118047.html">https://www.iprbooks.hop.ru/118047.html</a>

Никитина, Л. Н., Шиков, П. А.	Маркетинговый анализ деятельности фирмы	Санкт-Петербург: Санкт- Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/102925.html">http://www.iprbookshop.ru/102925.html</a>
----------------------------------	--	--	------	---

### 5.1.2 Дополнительная учебная литература

Бызова Е. В.	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019300">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019300</a>
Пучкова С. В.	Стратегия социальных и маркетинговых исследований	СПб.: СПбГУПТД	2018	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018335">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018335</a>

### 5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>  
Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

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

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс]. URL: [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

### 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
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска