

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Сочинский государственный университет»



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**  
в форме практической подготовки

**Профессионально-ознакомительная практика**

(указывается название по учебному плану)

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника бакалавр  
(бакалавр/специалист, магистр)

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сфере»

Форма обучения очно-заочная  
(очная, очно-заочная и др.)

Выпускающая кафедра Общей психологии и социальных коммуникаций

Зав. кафедрой   
к.псх.н., доцент Шуванов И.Б.

Составитель   
к.э.н. Круглова М.С.

Сочи 2024

Программа учебной практики «Профессионально-ознакомительная практика» в форме практической подготовки составлена:

в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и с учетом рекомендаций по направлению подготовки, на основании учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»

Программу практики составила:  
к.т.н., доцент кафедры ОПиСК



М.С. Круглова

Внешний эксперт:



  
Ф.И.О., должность, место работы

Программа практики в форме практической подготовки рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций

протокол № 7 от «04» марта 2024 г.

Руководитель ОПОП



С.С.Марочкина

Программа учебной практики «Профессионально-ознакомительная практика» в форме практической подготовки одобрена на заседании Учебно-методического совета направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Протокол №7 от «04» марта 2024 г.

Председатель УМСН

  
подпись

Ю.Э. Макаревская

Структура программы практики в форме практической подготовки соответствует предъявляемым требованиям

Зав. производственной практикой



В.В. Полянская

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Программа практики в форме практической переутверждена на 202\_\_/-202\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

подпись

ФИО

*(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)*

Программа практики в форме практической переутверждена на 202\_\_/-202\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

подпись

ФИО

*(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения
  - 1.1 Цели и задачи практики в форме практической подготовки
  - 1.2 Виды (типы) практики в форме практической подготовки, способы (при наличии) и формы (форм) ее проведения
  - 1.3 Сроки проведения практики в форме практической подготовки
  - 1.4 Место практики в форме практической подготовки в структуре образовательной программы
  - 1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики в форме практической подготовки, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
- 2 Содержание практики в форме практической подготовки
  - 2.3 Структура (этапы) прохождения практики в форме практической подготовки
  - 2.4 Задание на практику в форме практической подготовки
- 3 Формы отчетной документации и промежуточной аттестации по итогам практики в форме практической подготовки
- 4 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике в форме практической подготовки
  - 4.3 Показатели и критерии оценки индикаторов достижения компетенций
  - 4.4 Требования по выполнению заданий, процедура и критерии оценивания результатов обучения при прохождении практики в форме практической подготовки
- 5 Учебная литература и ресурсы сети «Интернет», необходимые для проведения практики в форме практической подготовки
6. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики в форме практической подготовки
7. Особый порядок организации прохождения практики обучающимися с ОВЗ и инвалидами

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### 1.1 Цели и задачи практики в форме практической подготовки

Целями учебной практики «Профессионально-ознакомительная практика» по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах» являются закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, овладение практическими умениями и навыками, приобретение компетенций в области рекламы и связей с общественностью.

Задачами учебной практики «Профессионально-ознакомительная практика» по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах» являются:

- ознакомиться с законодательной и нормативной базой деятельности службы «Реклама и связи с общественностью»;
- проанализировать штатное расписание и должностные обязанности сотрудника службы по рекламе и связям с общественностью;
- проанализировать план работы отдела по рекламе и связям с общественностью;
- проанализировать эффективность деятельности работы отдела по рекламе и связям с общественностью на предприятии;
- проанализировать особенности целевой аудитории предприятия;
- оказывать помощь PR-менеджерам в их работе.

**Виды (типы) практики в форме практической подготовки, способы (при наличии) и формы (форм) ее проведения**

Учебная «Профессионально-ознакомительная практика» в форме практической подготовки проводится в дискретной форме, что определяется содержанием программы практики, и осуществляется путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для ее проведения.

### 1.2 Сроки проведения практики в форме практической подготовки

Учебная «Профессионально-ознакомительная практика» в форме практической подготовки составляет 216 часов, 6 зачетных единиц, продолжительность составляет 4 недели во 4-ом семестре.

### 1.3 Место практики в форме практической подготовки в структуре образовательной программы

Учебная «Профессионально-ознакомительная практика» Б2.О.01(У) в форме практической подготовки относится к блоку Б2 «Практики» обязательной части, образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах».

В соответствии с учебным планом Учебная «Профессионально-ознакомительная практика» является видом учебной практики в форме практической подготовки. Объем практики составляет 216 час. «Профессионально-ознакомительная практика» в форме практической подготовки призвана обеспечить функцию связующего звена между теоретическими знаниями, полученными при усвоении основной профессиональной образовательной программы, и практической деятельностью по внедрению этих знаний в профессиональную деятельность.

Базовыми дисциплинами для выполнения заданий данного вида практики являются: Основы проектной деятельности, Речевая коммуникация и деловое общение, Правоведение, Основы интегрированных коммуникаций, Интернет-реклама и PR, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью.

#### 1.4 Планируемые результаты обучения при прохождении практики в форме практической подготовки, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения данной практики у обучающихся должны быть сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с планируемыми результатами освоения образовательной программы на основе ФГОС ВО 3++ по данному направлению подготовки. УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
<b>Универсальные компетенции</b>			
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: демонстрировать знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-1.2. Анализирует и систематизирует разнородные данные, оценивает эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: методы анализа и систематизации разнородных данных, оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками анализа и систематизации разнородных данных, оценки эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений	Знать: принципы научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: применять навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений в сфере рекламы и связей с общественностью
Разработка и реализация	УК-2 Способен определять круг	УК-2.1 Демонстрирует	Знать: способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты в сфере рекламы и

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
проектов	задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты	связей с общественностью Уметь: демонстрировать способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками решения поставленных задач и ожидаемые результаты в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Знать: методы анализа альтернативных вариантов решений для достижения намеченных результатов; разработки плана, определения целевых этапов и основных направлений работ в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками анализа альтернативных вариантов решений для достижения намеченных результатов; разработки плана, определения целевых этапов и основных направлений работ в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты	Знать: различные методики для разработки целей и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а принципы расчета ресурсных затрат в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: использовать различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствоваться методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также рассчитывать ресурсные затраты в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками для разработки целей и задач проекта; методы оценки продолжительности и стоимости проекта, а принципы расчета ресурсных затрат в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их двустороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиaproдуктах, и (или)	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: использовать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками освоения системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития в сфере рекламы и связей с общественностью

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знать: принципы соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связях с общественностью Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связях с общественностью Владеть: навыками соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связях с общественностью
		ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов групп в сфере рекламы и связях с общественностью Уметь: применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов групп в сфере рекламы и связях с общественностью

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
			Владеть: навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов групп в сфере рекламы и связях с общественностью
Медиакоммуникационная система	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	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в сфере рекламы и связях с общественностью Уметь: определять совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в сфере рекламы и связях с общественностью Владеть: навыками определения совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в сфере рекламы и связях с общественностью
		ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связях с общественностью Уметь: выполнять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связях с общественностью Владеть: навыками выполнения

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
			профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связях с общественностью

Основой для оценки качества компетенций, приобретенных в результате прохождения практики, является отзыв руководителя практики от предприятия, дневник, отчет студента по практике и результаты защиты отчета по практике.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость практики составляет 216 час., 6 зачетных единиц.

График работы студентов в ходе Профессионально-ознакомительной практики имеет следующий общий вид:

1 этап - подготовительный. На данном этапе обучающийся участвует в установочной конференции, выполняет ознакомление с задачами, программой, сроками проведения практики, формой отчетности, составляет план выполнения практики, его согласование с руководителем практики.

2 этап - организационный. На данном этапе проводится организационное собрание в университете (установочная конференция), на котором до обучающихся доводится содержание практики, сообщается календарный график ее прохождения. Обучающиеся проходят инструктаж по правилам техники безопасности, выдается дневник практики и индивидуальное задание на практику.

3 этап – основной. На данном этапе обучающийся изучает нормативно-правовую базу организации (базы практики), выполняет индивидуальное задание, консультируясь с руководителями практики от организации и кафедры.

4 этап – заключительный. Осуществляется оформление и подготовка к публичной защите отчета по практике.

Контактная работа 4 часа: 1 час - установочная конференция; 2 часа - консультация; 1 час - итоговая конференция.

### 2.1. Структура (этапы) прохождения практики в форме практической подготовки

№ п/п	Этапы практики	Наименование видов работ	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля
1	Подготовительный этап. Задание 1,2	Участие в установочной конференции. 1. Знакомство с задачами, программой, сроками проведения практики, формой отчетности. Инструктаж по технике безопасности, распределение по базам практики; 2. Составление плана выполнения практики, его согласование с руководителем практики.	18	Отчет, дневник по практике
3	Основной этап Задание 3-9	Выполнение заданий, сбор, обработка, анализ и систематизация материала 3. общее знакомство с организацией: тип учреждения, особенности здания, особенности	180	Отчет, дневник по практике

		<p>рабочего процесса на данном предприятии, основные службы, отделы;</p> <p>4. знакомство с системой деятельности предприятия, а также особенностями целевой аудитории предприятия (учреждения);</p> <p>5. знакомство с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.;</p> <p>6. знакомство с кабинетом сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью в организации (учреждении): место расположения в здании, размеры, оформление, оборудование, оснащенность, функциональные возможности;</p> <p>7. знакомство с должностными обязанностями и правами сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью организации (учреждения), с законодательной и нормативной базой деятельности служб, отделов (организаций, специалистов) в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>8. знакомство с номенклатурой и ведением документации в отделе по рекламе и (или) связям с общественностью;</p> <p>9. знакомство с содержанием и планом работы отдела по рекламе и связям с общественностью</p>		
4	Завершающий этап Задание 10, 11	<p>10. Составить дневник по результатам прохождения практики.</p> <p>11. Подготовка и защита отчета по практике</p>	18	Отчет, дневник по практике
Всего часов:			216	

## 2.2. Задание на практику в форме практической подготовки

**Задание 1.** Ознакомление с задачами, программой, сроками проведения практики, формой отчетности.

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 2.** Составление плана выполнения практики, его согласование с руководителем практики.

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 3.** общее знакомство с организацией: тип учреждения, особенности здания, особенности рабочего процесса на данном предприятии, основные службы, отделы;

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 4.** знакомство с системой деятельности предприятия, а также особенностями целевой аудитории предприятия (учреждения);

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 5.** знакомство с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.;

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 6.** . знакомство с кабинетом сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью в организации (учреждении): место расположения в здании, размеры, оформление, оборудование, оснащенность, функциональные возможности;

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 7.** . знакомство с должностными обязанностями и правами сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью организации (учреждения), с законодательной и нормативной базой деятельности служб, отделов (организаций, специалистов) в области рекламы и связей с общественностью;

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 8.** знакомство с номенклатурой и ведением документации в отделе по рекламе и (или) связям с общественностью;

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 9.** знакомство с содержанием и планом работы отдела по рекламе и связям с общественностью

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 10.** Составить дневник по результатам прохождения практики.

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

**Задание 11.** Подготовка и защита отчета по практике

Формируемые компетенции: УК-1; УК-2; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5

### 3. **ФОРМЫ ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ**

По окончании практики обучающийся в течение трех календарных дней периода практики (как правило это последние дни практики) предоставляет руководителю практики от университета следующие документы:

- индивидуальное задание;
- отчет о прохождении практики;
- дневник по практике;
- отзыв о прохождении практики подписанным руководителем практики от организации

В период прохождения практики обучающихся входят собственно практика, а также формирование и защита отчета по практике. Отчет по практике обучающийся защищает у руководителя (руководителей) практики от университета, на защиту приглашается руководитель практики от профильной организации. На защите отчёта по практике обучающийся должен проявить элементы компетентности, сформированные при выполнении задания.

Результаты прохождения практики определяются путем проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета (зачета с оценкой).

### 4. **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ**

Содержание промежуточной аттестации по учебной практике «Профессионально-ознакомительная практика» в форме практической подготовки раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня практической подготовки студента по практике требованиям ФГОС ВО 3++.

Оценочные средства по практике содержат:

- требования к отчетной документации (дневник, отзыв руководителя практики от организации, отчет студента по итогам практики)
- требования к защите отчета по итогам практики
- примерные вопросы промежуточной аттестации по учебной Профессионально-ознакомительной практике.

#### 4.1. Показатели и критерии оценки индикаторов достижения компетенций

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Показатели/Критерии оценки индикатора достижения компетенции	№ задания	Оценочное средство
<b>Универсальные компетенции</b>				
УК-1 Способен	УК-1.1. Демонстрирует знание	<b>Знать:</b> принципы участия в инструктаже по ознакомлению с	1,2, 3-9	Дневник, отчет

<p>осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>принципов сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач</p>	<p>требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности;  <b>Уметь:</b> изучать систему деятельности предприятия, определять место и роль деятельности отдела рекламы и связям с общественностью;  - организационную структуру управления предприятием, оценивать место и роль отдела рекламы и связям с общественностью;  <b>Владеть:</b> навыками оформления отчетной документации, подготовки презентации к защите практики</p>		
	<p>УК-1.2.  Анализирует и систематизирует разнородные данные, оценивает эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знать:</b> методы анализа и систематизации данных по деятельности предприятия, место и роль деятельности отдела рекламы и связям с общественностью  <b>Уметь:</b> анализировать и систематизировать организационную структуру управления предприятием, оценивать место и роль отдела рекламы и связям с общественностью  <b>Владеть:</b> навыками анализа и систематизации организационной структуры управления предприятием, оценки места и роли отдела рекламы и связям с общественностью</p>	<p>3-9</p>	<p>Дневник, отчет</p>
	<p>УК-1.3.  Применяет навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений</p>	<p><b>Знать:</b> принципы научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений работы с электронным каталогом, работы в электронных библиотечных системах в сфере рекламы и связей с общественностью;  <b>Уметь:</b> применять навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений работы с электронным каталогом, работы в электронных библиотечных системах в сфере рекламы и связей с общественностью;  <b>Владеть:</b> навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений</p>	<p>3-9, 10,11</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		работы с электронным каталогом, работы в электронных библиотечных системах в сфере рекламы и связей с общественностью;		
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	УК- 2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты	Знать: описание организации, описание подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: представить Положение о деятельности подразделения, должностные инструкции (при условии, что эти документы на предприятии разработаны) в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками представления Положения о деятельности подразделения, должностные инструкции в сфере рекламы и связей с общественностью;	3-9, 10,11	Дневник, отчет
	УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Знать: методы анализа организации, типа учреждения, особенностей здания, рабочего процесса на данном предприятии, основных служб и отделов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: анализировать систему деятельности предприятия, особенности целевой аудитории предприятия (учреждения) в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками анализа систему деятельности предприятия, особенности целевой аудитории предприятия (учреждения) в сфере рекламы и связей с общественностью	3-9, 10,11	Дневник, отчет
	УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты	Знать: различные методики для разработки целей и задач проекта при знакомстве с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.; Уметь: использовать различные методики для разработки целей и задач проекта при знакомстве с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.; Владеть: навыками для разработки целей и задач проекта	3-9, 10,11	Дневник, отчет

		при знакомстве с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.		
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>				
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: должностные обязанности и права сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью организации (учреждения), основы законодательной и нормативной базы деятельности служб, отделов (организаций, специалистов) в области рекламы и связей с общественностью; Уметь: применять должностные обязанности и права сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью организации (учреждения), основы законодательной и нормативной базы деятельности служб, отделов (организаций, специалистов) в области рекламы и связей с общественностью; Владеть: навыками применения должностные обязанности и права сотрудника по рекламе и (или) связям с общественностью организации (учреждения), основы законодательной и нормативной базы деятельности служб, отделов (организаций, специалистов) в области рекламы и связей с общественностью;	3-9, 10,11	Дневник, отчет
	ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: методы ознакомления с номенклатурой и ведением документации в отделе по рекламе и (или) связям с общественностью; с содержанием и планом работы отдела по рекламе и связям с общественностью Уметь: выполнять ведение документации в отделе по рекламе и (или) связям с общественностью; ознакомление с содержанием и планом работы отдела по рекламе и связям с общественностью Владеть: навыками выполнения ведения документации в отделе по рекламе и (или) связям с общественностью; ознакомления с содержанием и планом работы отдела по рекламе и связям с общественностью	3-9, 10,11	Дневник, отчет

	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<p>Знать: принципы соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связях с общественностью</p> <p>Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связях с общественностью</p> <p>Владеть: навыками соотношения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связях с общественностью</p>	3-9, 10,11	Дневник, отчет
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов групп в сфере рекламы и связях с общественностью</p> <p>Уметь: применять основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов групп в сфере рекламы и связях с общественностью</p> <p>Владеть: навыками применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов групп в сфере рекламы и связях с общественностью</p>	3-9, 10,11	Дневник, отчет
ОПК-5 Способен учитывать в профессионал	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм,	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие	3-9, 10,11	Дневник, отчет

<p>ьной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономически х механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в сфере рекламы и связях с общественностью  Уметь: определять совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в сфере рекламы и связях с общественностью  Владеть: навыками определения совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в сфере рекламы и связях с общественностью</p>		
	<p>ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы</p>	<p>Знать: профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы в сфере рекламы и связях с общественностью  Уметь: выполнять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы в сфере рекламы и связях с общественностью  Владеть: навыками выполнения профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы в сфере рекламы и связях с общественностью</p>	<p>3-9, 10,11</p>	<p>Дневник, отчет</p>

#### 4.2. Требования по выполнению заданий по практике, процедура и критерии оценивания результатов обучения при прохождении практики в форме практической подготовки

Обязательными элементами отчета о прохождении Учебной «Профессионально-ознакомительной практике» в форме практической подготовки являются:

- титульный лист;
- задание по практике;
- введение, где содержится описание общих сведений о практике и краткая характеристика базы практики;
- анализ выполненной работы, являющийся основной частью отчета и составляющий примерно 90% его объема. В разделе дается описание и анализ выполненной работы с количественными и качественными характеристиками ее элементов, демонстрирующими сформированность требуемых компетенций. Приводятся необходимые иллюстрации;
- заключение, где обучающийся кратко излагает состояние и перспективы развития изученных на практике систем (объектов, процессов); отмечает недостатки действующей системы и конкретные пути её улучшения или замены; демонстрирует универсальные и общепрофессиональные компетенции;
- источники информации;
- приложения (при необходимости).

Текст отчета пишется аккуратно от руки чернилами (пастой) или оформляется в виде принтерных распечаток на сброшюрованных листах формата А4 (210x297 мм).

Объем отчета должен соответствовать 15-25 страницам печатного текста (Times New Roman, 12 кегель, межстрочный интервал 1,5).

Обязательными элементами дневника по практике являются:

- титульный лист;
- анкетные данные обучающегося;
- сроки прохождения практики;
- индивидуальный план практики;
- ежедневный отчет о выполненной работе;
- рецензия руководителя практики от университета на отчет обучающегося.

#### Критерии и шкалы оценивания для каждой формы отчетной документации студента по итогам практики и прохождения практики в целом

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
1	Дневник по практике	- правильность, аккуратность заполнения дневника по практике, - наличие индивидуального задания, ежедневных записей и отметок руководителя практики от организации, - полнота отражения в содержании дневника информации и практических навыков, которые изучил и приобрел студент, - своевременность сдачи	<b>Оценка «отлично»</b> ставится, если выполнены все требования к написанию дневника: заполнено индивидуальное задание и ежедневные записи, присутствуют все подписи; соблюдены требования к внешнему оформлению, полнота отражения в содержании дневника полно отражена информации и приобретенные практические навыки. <b>Оценка «хорошо»</b> — основные требования к дневнику выполнены, но при этом допущены недочёты, имеются упущения в оформлении. <b>Оценка «удовлетворительно»</b> — имеются существенные отступления от требований к оформлению дневника практики. <b>Оценка «неудовлетворительно»</b> — дневник практики не заполнен или не представлен вовсе.
2	Отчет о прохождении практики	- соответствие отчета по практике утвержденной структуре, а его	<b>Оценка «отлично»</b> ставится, если выполнены все требования к написанию отчета: отчет соответствует утвержденной структуре, содержание разделов соответствует их названию и заданиям, собрана полноценная, необходимая информация, выдержан объём; умелое использование профессиональной терминологии,

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
		<p>содержания заданиям, - степень раскрытия сущности вопросов, - полнота, логичность изложения материала, - соблюдение требований к оформлению.</p>	<p>отслеживается логика изложения, соблюдены требования к внешнему оформлению. <b>Оценка «хорошо»</b>— основные требования к отчету выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, материал недостаточно полон; не выдержан объём отчета; имеются упущения в оформлении. <b>Оценка «удовлетворительно»</b>— имеются существенные отступления от требований к отчету. В частности: разделы отчета освещены лишь частично; допущены ошибки в содержании отчета; отсутствуют выводы. <b>Оценка «неудовлетворительно»</b>— задачи практики не раскрыты в отчете, использованная информация и иные данные отрывисты, много заимствованного, отраженная информация не внушает доверия или отчет не представлен вовсе.</p>
3	Отзыв руководителя практики от профильной организации	<p>- уровень теоретической подготовки обучающегося - умение обучающегося пользоваться терминологией - уровень сформированности профессиональных умений обучающегося - уровень профессионального самосознания обучающегося - мотивация обучающегося - отношение обучающегося к практике - индивидуальные особенности обучающегося</p>	<p><b>Оценка «отлично»</b> – показывает высокий уровень теоретической подготовки, грамотно пользуется профессиональными терминами, умеет комплексно применять полученные теоретические знания на практике, показывает высокий уровень сформированности профессиональных умений и освоения практических навыков, четко ставит цели и достигает их, знает алгоритмы трудовых действий, свободно выполняет основные трудовые функции в рамках индивидуального задания, демонстрирует высокий уровень профессионального самосознания, имеет четкое представление о своей профессиональной роли, целях профессиональной деятельности, интересуется особенностями работы данной организации (предприятия), неравнодушен к получаемым результатам, стремится сделать лучше, проявляя высокий уровень профессиональной мотивации, дисциплинирован, ответственно подходит к данным поручениям и выполнению задания, проявляет инициативу, творческий подход, самостоятельность, активность, обладает высокой культурой общения. <b>Оценка «хорошо»</b> - показывает хороший уровень теоретической подготовки, пользуется профессиональной терминологией, применяет полученные знания на практике, практические навыки и профессиональные умения освоены в достаточном объеме для выполнения основных трудовых функций в рамках индивидуального задания, ставит цели, но не всегда знает пути их достижения, знает основные алгоритмы трудовых действий, демонстрирует хороший уровень профессионального самосознания, знает цели профессиональной деятельности, но не всегда готов их достигать, представляет свою профессиональную роль, но нет сильного желания ей следовать, демонстрирует среднюю заинтересованность, проявляет достаточный уровень профессиональной мотивации, выполняет возложенные на него поручения, может обращаться за помощью при выполнении заданий, обладает культурой общения. <b>Оценка «удовлетворительно»</b> – показывает средний уровень теоретической подготовки, редко использует в речи профессиональную терминологию, частично применяет знания на практике, практические навыки и профессиональные умения находятся на среднем уровне, в связи с чем возникают трудности при выполнении индивидуального задания, действия репродуктивные, возникают затруднения при постановке целей, алгоритмы трудовых действий знает частично, демонстрирует средний уровень профессионального самосознания, имеет незначительные представления о своей профессиональной роли, профессиональная мотивация на низком уровне, достаточно пассивен при выполнении поручений, иногда проявляет безответственность, несамостоятелен, требуется помощь при выполнении заданий, культура общения средняя. <b>Оценка «неудовлетворительно»</b> – показывает низкий уровень теоретической подготовки, не использует в речи профессиональные термины, возникают значительные трудности при соотнесении теоретических знаний и трудовых действий, профессиональные умения и практические навыки не развиты, в связи с чем возникают значительные трудности при выполнении индивидуального задания, действия полностью репродуктивные, возникают значительные трудности при постановке целей и путей их достижения, не знает алгоритмы трудовых действий в рамках задания на практику, нет представлений о своей профессиональной роли, профессиональная мотивация на очень низком уровне, с трудом выполняет задания, безответствен, уклоняется от выполнения поручений, имеет низкую культуру общения.</p>
4	Защита отчета по практике	<p>- умение четко и ясно излагать свои мысли, - обоснованность сделанных выводов, - правильность, полнота, логичность и грамотность ответов на поставленные вопросы</p>	<p><b>Оценка «отлично»</b> —выставляется студенту, умеющему четко излагать свои мысли, сделавшему обоснованные выводы, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений. <b>Оценка «хорошо»</b> — выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя. <b>Оценка «удовлетворительно»</b> — выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации. <b>Оценка «неудовлетворительно»</b> — выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания вопросов, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
			при решении типовых практических задач.

### **Вопросы для промежуточной аттестации по учебной Профессионально-ознакомительной практике**

1. Общие сведения о компании (организации): Полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение. Организационно-правовая форма компании и её структура управления.
2. Философия, миссия компании и основные черты корпоративной стратегии, бизнесстратегий и предпринимательской политики в области производства, исследований и разработок, маркетинга, финансов, инноваций, персонала, сбыта и др.
3. Основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, их краткая характеристика.
4. Механизмы реализации коммуникационных связей организации, структура и закономерности информационных обменов внутри организации.
5. Построение коммуникационной политики организации по отношению к своим потребительским целевым группам.
6. Применение информационно-аналитических методов в изучении коммуникационной среды организации.
7. Анализ коммуникационной эффективности и основ сопоставления получаемых результатов с целевыми установками.
8. Образцы положений о рекламной службе и её функциях, положений о деятельности, должностных инструкций сотрудников.
9. Специфика структур, в которые организация направляет внешние коммуникации (поставщики, клиенты, административные органы, конкуренты и т.д.).
10. Используемые коммуникационные каналы (медийные/ немедийные; личные/ безличные; формализованные/ неформализованные и т.д.).
11. Используемые средства коммуникации (стандартные/ нестандартные).
12. Эффективность внешних коммуникаций.
13. Внутренние коммуникации в структуре «отправитель - получатель информации».
14. Схемы горизонтальных и вертикальных обменов информацией.
15. Эффективность внутренних коммуникаций.
16. Возможности применения инструментария публичных отношений для оптимизации внутренних коммуникаций.
17. Аудит специализированных коммуникаций с потребителями. Основания выделения потребительских целевых групп.
18. Соотношения использования методов связей с общественностью и рекламы в коммуникациях с потребителями.
19. Основные коммуникационные средства, носители и каналы, используемые организацией для коммуникации с потребителями.
20. Эффективность коммуникации с потребителями.

## **5. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ**

### **5.1 Литература**

1. Воробьёва, Т. А. Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью : учебно-методическое пособие / Т. А. Воробьёва. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 88 с. — ISBN 978-5-7782-1882-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44943.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80116.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/80116>

3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95335>

4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

5. Бабанчикова, О. А. Реклама и связи с общественностью в туристском бизнесе : учебное пособие / О. А. Бабанчикова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 58 с. — ISBN 978-5-7987-1531-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102467.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102467>

6. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102907.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102907>

### 5.2.2.Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

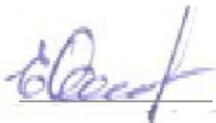
№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.
	Наименование ИСС
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

#### 4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL <a href="https://polpred.com/">https://polpred.com/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы практики соответствует библиотечному фонду СГУ.

Директор Научно-образовательной библиотеки  Е.В. Онищенко

#### **6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ**

Установочная конференция: комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Самостоятельная работа: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы),

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации практики использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic.
- Kaspersky Endpoint Security
- LibreOffice – Бесплатное ПО
- Yandex Browser – Бесплатное ПО
- VLC (видеопроигрыватель)
- Microsoft PowerPoint Viewer

При организации практики, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

## **7 ОСОБЫЙ ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОВЗ И ИНВАЛИДАМИ**

При выборе мест прохождения практики в форме практической подготовки обучающимися с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся.

При определении мест производственной практики в форме практической подготовки обучающихся с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики в форме практической подготовки создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.