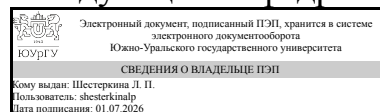


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой



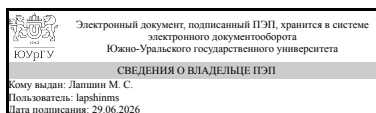
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА практики

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

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

Разработчик программы,
к.биол.н., доц., доцент



М. С. Лапшин

1. Общая характеристика

Вид практики

Производственная

Тип практики

преддипломная

Форма проведения

Дискретно по периодам проведения практик

Цель практики

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

Задачи практики

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

Краткое содержание практики

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

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

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

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

3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Технологии управления общественным	

мнением Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Имиджелогия Корпоративная культура Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью) Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Контент-менеджмент корпоративного сайта Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью Планирование и организация коммуникационных проектов Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама) Современная пресс-служба Фото-, видео и аудиоблогинг Брендинг и бренд-коммуникации Производственная практика (технологическая) (9 семестр)	
--	--

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

Дисциплина	Требования
Фото-, видео и аудиоблогинг	Знает: Особенности создания и редактирования текстов для различных типов медиаплатформ, продвигать контент в различных медиасредах Умеет: Создавать и редактировать тексты для различных типов медиаплатформ, продвигать контент в различных медиасредах Имеет практический опыт: Создания и редактирования текстов для различных типов медиаплатформ, продвижения контент в различных медиасредах
Технологии управления общественным мнением	Знает: методы сбора и анализа данных, позволяющие оценить состояние общественного мнения, современные инструменты и технологии PR и рекламы, используемые для влияния на общественное мнение., стратегического маркетингового анализа и планирования Умеет: формировать диалог с аудиторией на основе принципов открытости и доверия, учитывать обратную связь и адаптироваться к изменениям общественных настроений., разрабатывать стратегии и тактику

	коммуникационных кампаний, направленных на формирование положительного образа организации Имеет практический опыт: формулирования четких и понятных сообщений, ориентированных на целевую аудиторию; мониторинга и оценки эффективности коммуникаций., мониторинга и оценки эффективности коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
Брендинг и бренд-коммуникации	Знает: ключевые этапы разработки программы интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения бренда, а также сущность, функции и подходы к классификации брендов., принципы процесса создания и управления брендингом, формирования идентификаторов бренда, а также особенности применения интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения бренда Умеет: проводить стратегический анализ бренда, контролировать и оценивать эффективность коммуникационных кампаний, организовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью на основе идентификаторов бренда и включения их в систему маркетинговых коммуникаций Имеет практический опыт: управления коммуникационными проектами и мероприятиями: имеет навыки планирования, организации и оценки эффективности мероприятий брендинга, планирования и организовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью на основе идентификаторов бренда
Контент-менеджмент корпоративного сайта	Знает: Основные нормы и правила создания контента корпоративного сайта, Основные приемы и методы управления контентом корпоративного сайта Умеет: Анализировать соответствие формата коммуникационного продукта концепции корпоративного сайта, Создавать контент для корпоративного сайта Имеет практический опыт: Создания и анализа контента для корпоративного сайта, Подготовки материалов для размещения на корпоративном сайте
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: систему, технологии и методы маркетинговых коммуникаций; основные понятия и этапы проведения маркетинговых

	исследований;методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта., типовые проекты и методики организации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;методики использования результатов маркетинговых исследований для планирования проекта;основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: организовывать систему сбора информации для маркетинговых исследований, систематизировать, анализировать информацию для принятия маркетинговых решений; проводить маркетинговые исследования;на базе результатов исследования выбирать эффективные технологии и инструменты для разработки и продвижения коммуникационного продукта, реализовывать типовые методики и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;использовать результаты маркетинговых исследований для планирования проекта;готовить основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;исследования внутренней и внешней среды компании;планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта, планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации;проведения маркетингового исследования, разработки календарных планов;самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью;написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.
Корпоративная культура	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности., Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-

	проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям, Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	Знает: Особенности организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью; их роль в разработке коммуникативной политики компании (организации) на основе корпоративной социальной ответственности Умеет: "- Анализировать основные проблемы работы отделов рекламы и связей с общественностью различных структур;- оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая реализацию поставленных целей на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности" Имеет практический опыт: Командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)	Знает: Принципы планирования и организации проектов в сфере связей с общественностью, Основные технологии интеграции коммуникационных средств , приемы и методы коммуникации в сфере связей с общественностью Умеет: Разрабатывать концепцию ИМК; планировать и организовывать программы в сфере связей с общественностью; проводить оценку их эффективности, Использовать приемы и инструменты PR-коммуникаций, методы онлайн и оффлайн воздействия Имеет практический опыт: Разработки PR-

	проектов на основе интегрированного подхода, продвижения базисного субъекта PR с использованием технологий связей с общественностью
Планирование и организация коммуникационных проектов	Знает: принципы планирования и организации коммуникационных кампаний Умеет: принципы планирования и организации коммуникационных кампаний Имеет практический опыт: планирования и организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций., Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи. Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов., Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений. Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде., Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности.
Современная пресс-служба	Знает: Специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе, Нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ Умеет: Создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа, Применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа Имеет практический опыт: Подготовки авторских материалов для разных типов СМИ и других медиа, Редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями
Имиджелогия	Знает: Теорию и практику имиджмейкинга,

	основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций., Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности). Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях. , В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.
Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)	Знает: Этапы планирования и организации проектов в сфере рекламы, Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы рекламной коммуникации Умеет: Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций; планировать, разрабатывать рекламные программы и проводить оценку их эффективности, Разрабатывать комплекс рекламных коммуникаций на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия Имеет практический опыт: Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода, Применения онлайн и оффлайн технологий рекламного продвижения предмета коммуникаций
Производственная практика (технологическая) (9 семестр)	Знает: Технологии SMM, интернет-маркетинга, принципы планирования и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: Разрабатывать SMM-стратегии, технологии интернет-продвижения, графические и текстовые материалы для проектов и кампаний в сфере

	рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: Разработки технологии SMM-стратегии, стратегии интернет-продвижения, индивидуальных и коллективных проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
--	--

4. Объём практики

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

5. Структура и содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Ознакомительные лекции, инструктаж по технике безопасности. Изучение истории создания организации, современного состояния и основных направлений деятельности организации. Общая характеристика предприятия, его организационной структуры; место и роль отдела рекламы/маркетинга/PR на предприятии.	8
2	Участие в текущей рекламной и PR-деятельности предприятия (организации), в том числе: – мониторинг эффективности проводимых рекламных и PR-кампаний; Участие в организации и проведении рекламных и PR-кампаний; Участие в медиапланировании; Участие в разработке различных видов рекламной продукции; Работа с рекламодателями; Самостоятельная подготовка PR-текстов; Организация взаимодействия со СМИ; Участие в подготовке и проведении специальных мероприятий (в том числе внутрикорпоративных); Работа с Интернет-сайтом организации.	60
3	Вариант 1. Проведение исследований и разработка рекомендаций в рамках научно-исследовательской выпускной квалификационной работы. Исследования проводятся в соответствии с программой, утвержденной руководителем выпускной квалификационной работы студента. Вариант 2. Разработка проекта в рамках проектной выпускной квалификационной работы. Проект разрабатывается в соответствии с заданием, утвержденным научным руководителем выпускной квалификационной работы студента.	80
4	Разработка творческих предложений по дальнейшей работе PR-подразделения (креатив, проекты, сценарии, медиа-планы); Контент-анализ материалов о субъекте PR в периодических изданиях (задачи исследования определяет руководитель практики от предприятия, в т.ч. определение известности организации,	60

	влиятельности отдельных персон, выявление позитивного/негативного отношения, тенденции, позиция отдельных СМИ и т.п.); Описание собственного вклада практиканта в рекламную и PR-деятельность организации.	
5	Подготовка отчета. Структура отчета: 1. Титульный лист. 2. Характеристика из организации, где проходила практика, заверенная руководителем практики и печатью организации. 3. Описание результатов работы в рамках ВКР. 4. Описание результатов выполнения задания к данному виду практики. 5. Дневник практики студента, подписанный руководителем практики от организации с оценкой важности и степени исполнения студентом указанных в дневнике компетенций.	8

6. Формы отчетности по практике

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

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

Формы документов утверждены распоряжением зав. кафедрой от 31.08.2023 №1.

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

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

7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс.балл	Порядок начисления баллов	Учитывается
1	10	Текущий контроль	Проверка дневника прохождения практики	1	30	30 баллов: начисляется, если правильно оформлено задание на практику, сформулированы цель и задачи практики (соотносятся с видом практики), описаны как минимум 3 задачи; календарный график прохождения практики представлен полно: описан каждый из дней периода практики; документ содержит тематические блоки – этапы практики и приведено детальное описание каждого из этапов, отражены виды выполненной работы; отмечены освоенные студентом компетенции; в	дифференцированный зачет

					документе есть виза руководителя и печать предприятия; 20 баллов: начисляется, если при оформлении задания на практику, в описании цели и ряда задач практик допущены ошибки (цель или задачи сформулированы неточно и/или описано не более 2 задач); содержание практики и календарный график практики отражены недостаточно полно (есть пропуски в календарном графике; несоответствие календарного графика установленным срокам практики); лист компетенций заполнен руководителем с места практики; 10 баллов: начисляется, если значительная часть запланированной работы не выполнена; календарный график представлен описанием не более 10 дней от общего количества дней практики или заполнен некорректно (не в соответствии с установленными учебным планом сроками практики); содержание и итог выполненной работы не описаны; лист компетенций не заполнен руководителем с места практики; 0 баллов: начисляется, если дневник не заполнен. 30 баллов: начисляется, если отчет оформлен в соответствии с утвержденными требованиями: имеет титульный лист с правильным указанием вида практики и подразделения; содержит не менее 5 страниц полного текста Times New Roman 14 кеглем (допустимо наличие скринов/картинок/фото/таблиц/диаграмм и др. иллюстративного материала); видна четкая структура отчета (имеет содержание), вводные данные о выбранном месте практики, трудовом коллективе; подробно описаны этапы выполнения практических заданий от куратора/руководителя с места практики; подведены итоги, дана собственная оценка применению теоретических знаний, полученных в предшествующих семестрах учебного года, в практической деятельности; освоены и закреплены необходимые компетенции и получены определенные навыки; 20 баллов: начисляется, если при оформлении отчета по практике допущены ошибки; отчет не содержит четкой структуры и логики изложения, количество страниц составляет не более 4 (включая титульный лист); не описан приобретенный практический опыт	
--	--	--	--	--	---	--

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

3	10	Промежуточная аттестация	Защита отчета по итогам практики (выступление с докладом о результатах пройденной практики) -	-	40	40 баллов: начисляется, если студент представил весь пакет утвержденных документов и материалов по практике своевременно; студент защитил доклад по итогам пройденной практики, ответил на все вопросы преподавателя (комиссии преподавателей) согласно установленным срокам; доклад целостный и содержательный, имеет четкую логику и структуру, содержит описание каждого из этапов практики; студент имеет положительный отзыв (характеристику) с места практики; 30 баллов: начисляется, если студент представил весь пакет утвержденных документов и материалов по практике своевременно; в докладе правильно сформулированы и отражены цель и задачи практики; публичная защита отчета по результатам пройденной практики состоялась в установленные сроки, однако есть нарушения регламента выступления; соблюдены орфоэпические и речевые нормы современного русского языка; студент ответил не на все вопросы преподавателя (комиссии); 20 баллов: начисляется, если пакет утвержденных документов представлен своевременно, однако есть нарушения в оформлении документов; публичная защита осуществлена с нарушением регламента, результат практической деятельности в рамках выступления представлен недостаточно полно, фрагментарно; не соблюдены орфоэпические и речевые нормы современного русского языка; студент ответил не на все вопросы преподавателя (комиссии); 10 баллов: начисляется, если студент имеет низкую оценку от руководителя места практики; утвержденные документы заполнены с нарушениями и сданы несвоевременно; публичная защита не состоялась. 0 баллов: начисляется, если отчет, дневник, характеристика практиканта не представлены; публичная защита не состоялась.	дифференцирует
---	----	--------------------------	---	---	----	---	----------------

7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

- Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в ЮУрГУ.

Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ответственным за практику, и кураторами учебных групп в день, назначенный распоряжением заведующего

кафедрой. - Процедура проведения промежуточной аттестации по практике представляет собой публичную защиту доклада о результатах проделанной работы в рамках практики. Время ответа – не более 10 минут. - Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы практики текущего семестра. - Оценка результатов промежуточной аттестации по практике складывается из оценки руководителя по практике от предприятия и результатов устной публичной защиты и объявляется обучающимся в день его проведения.

7.3. Оценочные материалы

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

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Медиатекст как целевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ : монография / М. П. Двойнишникова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики ; ЮУрГУ. - Челябинск : Рекпол, 2013. - 198 с. : ил.
2. Справочник специальной лексики программы повышения конкурентоспособности Южно-Уральского государственного университета среди ведущих мировых научно-образовательных центров : метод. рекомендации / Е. С. Золотова и др. ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика

и массовые коммуникации ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 26 с.

3. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер. - 11-е изд.. - СПб. и др. : Питер: Питер принт, 2005. - 797 с. : ил.

б) дополнительная литература:

1. Пелленен, Л. В. PR в сфере промышленности [Текст] учеб. пособие по специальности 030602 "Связи с общественностью" Л. В. Пелленен ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск: Цицero, 2012. - 245 с. ил.

2. Маркетинговые коммуникации : 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2002-. -. URL: <http://www.grebennikoff.ru/product/1/>

3. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов : учебник для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" / Д. П. Гавра. - СПб. и др. : Питер, 2011. - 284 с. : ил., табл.

4. Стоун Б. Директ-маркетинг: эффективные приемы / Б. Стоун, Р. Джейкобс. - М. : Издательский Дом Гребенникова, 2005. - 615 с.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

Не предусмотрена

Электронная учебно-методическая документация

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

9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

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

Перечень используемых информационных справочных систем:

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

10. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
Отдел "360-градусный мультимедийный учебный ньюсрум" ЮУрГУ	454080, Челябинск, Ленина, 76	МОНИТОР 1040010978, СИСТЕМНЫЙ БЛОК PENTIUM 1040010979, ПРИНТЕР 2 1 HP LJ 1020 ЛАЗЕРНЫЙ 2040002226, СИСТ.БЛОК ПК PENTIUM-III 2040002123, телевизор Thomson 29 DM400KG 10909/81 2040011023, Видеопроекционный журналистский комплекс, Системный блок П-ком с предустановленным программным обеспечением, Монитор Samsung LCD 19" E 1920NR, Видеопроектор BenQ SP840, Системный блок П-ком Проц. Intel Original LGA-1156 Core i5-760; мат. плата ASUS P55 s1156; корпус AeroCool XPredaktor black; клавиатура Logitech Deluxe250 black; мышь Logitech RX250 black optical 4D ZOOM; акустическая система etbalanceJB-261 2.0; вентилятор для процессора GlacialTech Igloo i630 Silent 2040022781, Видеопроекционный экран Classic premierScorpius, Комплект звукового оборудования 2040022781
ООО Агентство коммуникации "Идея fix"	454081, г.Челябинск, ул. Артиллерийская, 83, оф. 305	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно)
ООО "ФАМИАН"	454000, г. Челябинск, ул. Бр. Кашириных, 88	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
ЗАО Типография Автограф	454091, г. Челябинск, ул. Постышева, 2	Компьютерная техника, Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно) Microsoft-Office(бессрочно) Adobe-Creative Suite Premium (Bridge,

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