


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ
КАФЕДРА ЭТИКИ, КУЛЬТУРОЛОГИИ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

СОГЛАСОВАНО
на заседании УМК факультета философии
и социологии, протокол № 8 от 24 мая
2019 г.

Председатель УМК факультета
 / З.Н. Хабибуллина

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета философии и
социологии



/Г.Г. Салихов
« 24 » июня 2019 г.

ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

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


Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Форма обучения
Очная, заочная

Квалификация
бакалавр

Для приема: 2019 г.

Уфа, 2019 г.

Разработчик (составитель) канд. филос. наук, доцент Р.Р. Сулейманова	 /Р.Р. Сулейманова
---	--

Программа практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (научно-исследовательская работа) утверждена Ученым советом факультета философии и социологии, протокол № 11 от 24.06.2019 г.

Декан ФФиС



/ Г.Г. Салихов

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид практики, способ, формы, место и организация ее проведения	4
2.	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3.	Место практики в структуре образовательной программы	9
4.	Объем практики	9
5.	Содержание практики	9
6.	Форма отчетности по практике	10
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	11
8.	Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	28
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	29
10.	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	30

1. Вид практики, способ, формы, место и организация ее проведения

1.1. Вид практики: преддипломная практика, которая проводится в рамках подготовки студента к написанию выпускной квалификационной работы.

1.2. Способы проведения практики: стационарная, выездная.

1.3. Практика проводится в следующих формах:

дискретно по видам практики (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики).

1.4. Место проведения практики.

Организация проведения практики, предусмотренной настоящей программой, осуществляется БашГУ на основе договоров с профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы.

Самостоятельный выбор студентом места (базы) практики разрешается.

Местами (базой) прохождения практики могут быть:

- структурные подразделения Башкирского государственного университета;
- СМИ, рекламные агентства, иные субъекты рекламного рынка;
- коммерческие организации, функционирующие в различных сферах деятельности и различных отраслях народного хозяйства;
- негосударственные коммерческие учреждения и организации;
- общественные и благотворительные организации и т.д.

Базы практик для студентов (бакалавров) должны отвечать следующим требованиям:

- соответствовать направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью и направленности (профилю) подготовки студентов «Коммуникационный менеджмент»;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Место проведения практики утверждается приказом ректора не позднее, чем за 1 (один) месяц проведения практики.

1.5. Руководство практикой.

Для руководства практикой, проводимой в структурных подразделениях БашГУ, приказом ректора назначается руководитель практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу кафедры этики, культурологии и связей с общественностью факультета философии и социологии.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу кафедры этики, культурологии и связей с общественностью факультета философии и социологии (приказом ректора), и руководитель практики из числа работников профильной организации.

1.6. Организация проведения практики.

Направление на практику оформляется приказом БашГУ с указанием вида, срока, места прохождения практики, а также данных о руководителях практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Основной целью преддипломной практики является: закрепление и углубление студентом профессиональных знаний и практических навыков научно-исследовательской деятельности; применение в написании выпускной квалификационной работы навыков, полученных в ходе прохождения практики; подготовка студента к решению конкретных

задач специалиста в области рекламы и связей с общественностью; сбор, анализ и классификация эмпирического материала на основе проведенного социологического или маркетингового исследования для подготовки практической части выпускной квалификационной работы; овладение способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.

2.2. Основными задачами преддипломной практики, соотнесенными с поставленной целью и позволяющими достигнуть запланированных результатов обучения, являются:

- поиск и подбор литературы (учебники, монографии, статьи в периодических изданиях) по теме выпускной квалификационной работы;
- всесторонний анализ собранной информации с целью обоснования актуальности темы выпускной квалификационной работы;
- изучение литературы и анализ методов решения научных задач по избранной теме выпускной квалификационной работы;
- поиск и изучение дополнительных источников, необходимых для написания выпускной квалификационной работы;
- оформление отчёта о прохождении преддипломной практики;
- приобретение навыков последовательного письменного изложения результатов проведённых научных исследований;
- приобретение навыков устных публичных выступлений;
- осуществление самостоятельного социологического или маркетингового исследования актуальной научной или практикоориентированной проблемы по теме выпускной квалификационной работы, подготовка презентации;

2.3. Компетенции, формируемые в результате прохождения практики:

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК 1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа и синтеза информации; основы системного подхода при решении поставленных задач	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа и синтеза информации; основы системного подхода при решении поставленных задач
	ИУК 1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа и синтеза информации; собирать и обобщать данные по научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и применять системный подход для решения поставленных задач	Умеет получать новые знания на основе анализа и синтеза информации; собирать и обобщать данные по научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и применять системный подход для решения поставленных задач; определять и оценивать практические последствия возможных решений задачи

	задач; определять и оценивать практические последствия возможных решений задачи	
	ИУК 1.3. Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; формулирования оценочных суждений при решении профессиональных задач	Владеет навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; формулирования оценочных суждений при решении профессиональных задач
ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	Владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью
ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ
	ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала
ПК-4. Профессиональная компетенция	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании
ПК-5. Способен участвовать в реализации	ПК-5. 1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного

коммуникационн ых кампаний, проектов и мероприятий	рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	проекта
	ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий
	ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет навыками инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК 6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта
	ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта
	ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий
	ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде
ПК-7. Способность применять основные Технологии маркетинговых коммуникаций	ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Владеет маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ

при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-7.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Владеет навыками организации и проведения маркетинговых исследований
	ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Умеет проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами

3. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей), входит в обязательную часть образовательной программы в соответствии с учебным планом бакалавриата 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей).

4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки для очной и заочной форм обучения предусмотрено проведение преддипломной практики общей продолжительностью 4 недели.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет для очной формы обучения 6 зачетных единиц (216 академических часов), в том числе: 2 часа – ФКР, 214 – самостоятельная работа.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет для заочной формы обучения 6 зачетных единиц (216 академических часов), в том числе: 1 час – ФКР, 211 – самостоятельная работа, 4 часа – контроль.

5. Содержание практики

№	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т. ч. самостоятельная работа студента	Форма текущего контроля и промежуточная аттестация
1.	Подготовительный этап	1. Вводный инструктаж по цели и задачам практики. Индивидуальный инструктаж по технике безопасности. 2. Определение индивидуального практического задания. 3. Проведение собрания со студентами с целью ознакомления их с программой преддипломной практики. Лекция об этапах написания выпускной квалификационной работы, оформления в соответствии с Положением БашГУ о выпускной квалификационной работе, методах исследования.	Проверка отчета по практике

2.	Основной этап	1. Определение целей и задач, объекта и предмета исследования, методов исследования; подбор научной литературы, формирование библиографического списка; анализ степени разработанности проблемы, определение основных положений выпускной квалификационной работы. 2. Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала. 3. Сбор эмпирического материала в организации (метод наблюдения, опроса, анализа документов и т.п.).	Проверка отчета по практике
3.	Заключительный этап	1. Подготовка отчета по преддипломной практике, анализ результатов практики. 2. Оформление отчета по практике. Подготовка презентации творческой работы. 3. Публичная защита отчета. 4. Подведение итогов на конференции, анализ защит.	Защита отчета по практике
	ИТОГО		Дифференцированный зачет с оценкой

6. Форма отчетности по практике

В качестве основной формы и вида отчетности для очной формы обучения студентов устанавливается *письменный отчет по практике*. По окончании практики студент в семидневный срок сдает корректно, полно и аккуратно заполненный отчет по практике руководителю практики от кафедры.

Промежуточная аттестация по итогам преддипломной практики по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью включает в себя публичную защиту отчета.

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по практике является *дифференцированный зачет с оценкой*.

Зачет по практике служит для оценки работы студента в течение всего периода прохождения практики и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения профессиональных умений и навыков, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность студентов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными студентами в течение практики.

По итогам дифференцированного зачета выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Случаи невыполнения программы практики, получения неудовлетворительной оценки при защите отчета, а также непрохождения практики признаются академической задолженностью.

Академическая задолженность подлежит ликвидации в установленные деканатом срок.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

7.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по практике. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по практике

Код и формулировка компетенции: УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ИУК 1.1. Знает: методы критического анализа и оценки со временных научных достижений; основные принципы критического анализа и синтеза информации; основы системного подхода при решении поставленных задач	Знает методы критического анализа и оценки со временных научных достижений	Не знает методы критического анализа и оценки со временных научных достижений	Неудовлетворительно
		Частично знает методы критического анализа и оценки со временных научных достижений	Удовлетворительно
		Знает методы критического анализа и оценки со временных научных достижений	Хорошо
		Знает методы критического анализа и оценки со временных научных достижений	Отлично
ИУК 1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа и синтеза информации;	Умеет получать новые знания на основе анализа и синтеза информации	Не умеет получать новые знания на основе анализа и синтеза информации	Неудовлетворительно

<p>собирать и обобщать</p> <p>данные по научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и применять системный подход для решения поставленных задач; определять и оценивать практические последствия возможных решений задачи.</p>	цели	<p>Умеет на элементарном уровне получать новые знания на основе анализа и синтеза информации</p>	Удовлетворительно
		<p>Умеет получать новые знания на основе анализа и синтеза информации</p>	Хорошо
		<p>Умеет на основе знания правовых норм анализировать информацию, ставить профессиональные. Адекватно оценивает последствия принятых решений при осуществлении профессиональной деятельности.</p>	отлично
<p>ИУК 1.3. Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с</p>	<p>Владеет навыками исследования проблем</p>	<p>Не владеет исследованием проблем своей профессиональной деятельности</p>	<p>Неудовлетворительно</p>

<p>применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявления научных проблем и использования адекватных методов для их решения; формулирования оценочных суждений при решении профессиональных задач профессионального обсуждения результатов проектной деятельности</p>		<p>Владеет с определенными недостатками навыками своей профессиональной деятельности</p>	<p>Удовлетворительно</p>
		<p>Владеет навыками исследования проблем своей профессиональной деятельности, навыками демонстрации полученных результатов</p>	<p>Хорошо</p>
		<p>Владеет на высоком уровне навыками исследования проблем своей профессиональной деятельности, навыками демонстрации полученных результатов</p>	<p>Отлично</p>

Код и формулировка компетенции: ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<p>ПК-1.1. При реализации коммуникацио</p>	<p>Умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования</p>	<p>Не умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования</p>	<p>Неудовлетворительно</p>

нного продукта использует технологии медиаарилейшнз и медиапланиров ания в онлайн и онлайн среде	при реализации коммуникационных программ	Умеет частично использовать технологии медиаарилейшнз и медиапланирования	Удовлетворительно
		Умеет использовать технологии медиаарилейшнз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	Хорошо
		Умеет в превосходной степени использовать технологии медиаарилейшнз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	Отлично
ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественност ью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Не владеет навыками копирайтинга	Неудовлетворитель но
		Владеет, но с определенными недостатками навыками копирайтинга	Удовлетворительно
		Владеет навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Хорошо
		Отлично владеет навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Отлично
ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий	Не умеет использовать технологии организации специальных мероприятий	Неудовлетворитель но
		Умеет, но с пробелами в знаниях использовать технологии организации специальных мероприятий	Удовлетворительно
		Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий	Хорошо
		Умеет на высоком уровне использовать технологии организации специальных мероприятий	Отлично
ПК-1.4. Участвует в формировании	Владеет инструментами организации	Не владеет инструментами формирования корпоративной культуры	Неудовлетворитель но

корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	внутренних корпоративных коммуникаций	Частично владеет инструментами формирования корпоративной культуры	Удовлетворительно
		Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций	Хорошо
		Владеет на высоком уровне инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций	Отлично
ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта	Не владеет навыками создания цифровых коммуникаций	Неудовлетворительно
		Владеет, но с определенными недостатками навыками создания цифровых коммуникаций	Удовлетворительно
		Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов	Хорошо
		Владеет на высоком уровне навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов	Отлично

Код и формулировка компетенции: ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами	Владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью	Не владеет навыками продвижения социально-значимых проектов	Неудовлетворительно
		Владеет с определенными пробелами навыками продвижения социально-значимых проектов	Удовлетворительно

связей с общественностью и рекламы		Владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью	Хорошо
		Превосходно владеет навыками продвижения социально-значимых проектов средствами рекламы и связей с общественностью	Отлично
ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности и	Умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью	Не умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Неудовлетворительно
		Умеет с определенными недостатками использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Удовлетворительно
		Умеет использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью	Хорошо
		Умеет в превосходной степени использовать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности при разработке текстов рекламы и связей с общественностью	Отлично

Код и формулировка компетенции: ПК-3 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
--	---------------------------------	---------------------	------------------

ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Не владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью	Неудовлетворительно
		Частично владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью	Удовлетворительно
		Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Хорошо
		Отлично владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Отлично
ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции и канала	Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Не умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Неудовлетворительно
		Умеет с определенными недостатками готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Удовлетворительно
		Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Хорошо
		Отлично умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Отлично

Код и формулировка компетенции: ПК-4 Профессиональная компетенция

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
--	---------------------------------	---------------------	------------------

ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Не сформированы умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Неудовлетворительно
		Сформированы начальные умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Удовлетворительно
		Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Отлично
ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Отсутствуют навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Отлично

ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Отсутствуют навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Отлично

Код и формулировка компетенции: ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ПК-5. 1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Не сформированы навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Неудовлетворительно
		Сформированы начальные навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Удовлетворительно

коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью		Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Отлично
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий	Отсутствуют навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Отлично
ПК-5.3. Участует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по	Владеет инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Отсутствуют навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Неудовлетворительно

формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Сформированы простейшие навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Удовлетворительно
	Сформированы на базовом уровне навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Хорошо
	Сформированы на высоком уровне навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Отлично

Код и формулировка компетенции: ПК 6 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Не сформированы навыки создания текста рекламы и связей с общественностью	Неудовлетворительно
		Сформированы начальные навыки создания текста рекламы и связей с общественностью	Удовлетворительно
		Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Хорошо

		Сформированы на высоком уровне навыки навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Отлично
ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта	Отсутствуют навыки создания информационных поводов	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки создания информационных поводов	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки создания информационных поводов с учетом мирового и отечественного опыта	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки создания информационных поводов с учетом мирового и отечественного опыта	Отлично
ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий	Отсутствуют навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Отлично
ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности	Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Не умеет продвигать миссию и видение организации	Неудовлетворительно
		Умеет с определенными недостатками продвигать миссию и видение организации	Удовлетворительно
		Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Хорошо

и в оффлайн и онлайн среде		Отлично умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Отлично
----------------------------	--	---	---------

Код и формулировка компетенции: ПК-7 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ПК-7.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного Продукта	Владеет маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ	Не сформированы навыки владения маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ	Неудовлетворительно
		Сформированы начальные навыки пользования маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ	Удовлетворительно
		Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках владения маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки владения маркетинговыми инструментами при планировании и реализации коммуникационных программ	Отлично
ПК-7.2. Принимает участие в организации и	Владеет навыками организации и проведения маркетинговых	Отсутствуют навыки организации и проведения маркетинговых исследований	Неудовлетворительно

выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	исследований	Сформированы простейшие навыки организации и проведения маркетинговых исследований	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки организации и проведения маркетинговых исследований	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки организации и проведения маркетинговых исследований	Отлично
ПК-7.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Умеет проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами	Отсутствуют умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне умения проводить мониторинг обратной связи при взаимодействии с целевыми группами	Отлично

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Во время *первого этапа* преддипломной практики студенту необходимо собрать следующие материалы:

- сведения об основных направлениях деятельности организации, ее структуре;
- сведения о ситуации на рынке, тенденциях рынка, лидерах рынка, их рекламной политике, информацию о других активных субъектах рынка;
- информацию о рекламных проектах организации, плане рекламных мероприятий, медиаплане, бюджете.

По итогам преддипломной практики студенту необходимо подготовить отчет-презентацию и творческую работу по теме выпускной квалификационной работы (ВКР).

В ходе прохождения *второго этапа* преддипломной практики студент должен самостоятельно спланировать и реализовать ATL, BTL или PR-кампанию в рамках практической части ВКР.

Обсуждение следующих вопросов по ВКР со студентами:

1. Структура выбора темы ВКР и работа над индивидуальным заданием.
2. Структура оформления индивидуального задания.
3. Введение – вступительная часть отчета о прохождении практики, в которой дается краткая характеристика организации, на базе которой проводится преддипломная практика, формулируются цели и задачи практики, указываются сроки проведения практики.

Раздел 1 посвящен раскрытию вопросов индивидуального теоретического задания, оценке степени изученности исследуемой темы в научной литературе, профильных научных статьях, официальных сайтах.

Раздел 2 посвящен апробации теоретических аспектов на практике.

С помощью метода наблюдения, опроса, анализа документов и беседы с сотрудниками отделов рекламы и связей с общественностью, интервью с руководителями структурных подразделений, необходимо:

– знакомство с информационными, справочными и реферативными изданиями по теме ВКР;

– определение степени разработанности темы ВКР;

– определение целей, задач и методов ВКР;

– подбор источников и научной литературы по избранной проблеме;

– умение работать с Интернет-ресурсами;

– консультация с руководителем практики по содержанию ВКР.

4. Заключение – итоговая часть отчета, посвященная формулировке выводов, характеризующих итоги работы обучающегося в решении поставленных во введении задач. В заключении также могут быть приведены рекомендации по решению выявленных проблем, решение которых может быть сформулирована в ВКР.

5. Список использованных источников помещается после заключения.

6. При необходимости, отчет может завершаться приложением (сводные таблицы, документы и т. д.).

7. Работа с индивидуальным заданием.

Выбор темы индивидуального теоретического задания на преддипломную практику зависит от вида деятельности базы практики, от выбранной темы ВКР студента. Тематика индивидуальных практических заданий на практику зависит только от темы ВКР студента:

– поиск клиентов и ведение клиентской базы (личные продажи, механика продаж, горячие и холодные продажи, составление текста устного и письменного обращения к потенциальному клиенту);

– разработка программы и проведение маркетингового или рекламного исследования;

– изготовление и размещение рекламной или PR-продукции;

– составление медиаплана и организация взаимодействия со СМИ;

– разработка и проведение промоакции;

– разработка веб-сайта, разработка элементов фирменного стиля;

– брендинг и ребрендинг организации;

– организация ивент-мероприятий и др.

Выбор темы индивидуального практического задания на преддипломную практику зависит от вида деятельности базы практики.

Тематика индивидуальных заданий на практику:

1. Работа отделов по рекламе и связям с общественностью, пресс-центров: основные характеристики.
2. Рекламная и PR-деятельность в организациях (государственных учреждениях, коммерческих и некоммерческих организациях).
3. Особенности управления коммуникациями в организации, формирование корпоративной культуры.
4. Организация и проведение рекламных кампаний.
5. Организация и проведение PR- кампаний.
6. Ивент-менеджмент как составляющая PR-деятельности в организациях.
7. Связи с общественностью в органах государственной власти.
8. Инструменты рекламы и связей с общественностью в политической сфере.
9. Благотворительность и спонсорство как инструменты PR-менеджмента.
10. Принципы и этические нормы специалиста в области рекламы и PR.

Вопросы для защиты отчета:

1. Какие методы и технологии PR и рекламы, категории и концепции, связанные с изучением коммуникационных форм, процессов, практик применяются ими?
2. Какую роль в обработке, анализе и оценке профессиональной информации, играют современные образовательные и информационные технологии?
3. Перечислите навыки работы с теоретической и эмпирической научной коммуникации, которые применялись в процессе преддипломной практики.
4. Какие используются приемы составления научных отчетов, обзоров, аналитических карт и пояснительных записок?
5. Какие современные способы научной презентации результатов исследовательской деятельности Вы можете назвать?
6. Назовите научные коммуникации в профессиональной сфере.
7. Как применить при написании ВКР знание теоретических основ управления в социокультурной сфере?
8. Методологический аппарат выпускной квалификационной работы.
9. Использование цитат и оформление заимствований.
10. Работа над библиографическим аппаратом. Оформление библиографической записи нормативно-правовых документов. Оформление библиографической записи монографии. Оформление библиографической записи статьи на электронном ресурсе. Оформление библиографической записи статьи в журнале или научном сборнике.
11. Составление приложений и примечаний. Правила оформления табличного материала.
12. Оформление презентационного материала для публичной защиты ВКР.

Примерные вопросы к зачету:

1. PR в государственном и муниципальном управлении.
2. PR как средство формирования корпоративной культуры.
3. PR в туристическом бизнесе.
4. PR в банковской сфере.
5. Благотворительность как инструмент PR-менеджмента.
6. PR в органах государственной власти.
7. Брендинг и ребрендинг как предметная сфера PR-деятельности.
8. Event-менеджмент в PR-деятельности.
9. PR как средство формирования корпоративного имиджа.
10. PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия.
11. PR в сфере телекоммуникаций.

12. Организация рекламной деятельности (на примере конкретного предприятия).
13. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления.
14. Ребрендинг как метод эффективного продвижения новых товаров (услуг) на рынок.
15. Маркетинговая политика компании по продвижению бренда.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Критерии оценивания отчёта по практике:

- обоснованность выбора научно-исследовательской задачи, точность формулировок цели и задач;
- логичность и структурированность текста отчета, наличие всех структурных частей;
- качество анализа и решения поставленных задач;
- качество выбора методов решения, адекватность применяемых подходов;
- презентация работы: умение представить работу, изложив основные задачи и полученные результаты.

Для написания и защиты отчета по практике студентом выбирается один из реализованных проектов. В отчете по практике студент должен отразить следующие вопросы: описать теорию реализации проекта; сформулировать маркетинговые и коммуникационные цели разрабатываемого проекта; описать особенности работы на практике над проектом; проанализировать оценку эффективности проекта, причины успеха или неудач; рекомендации по совершенствованию маркетинговой или рекламной деятельности предприятия, подготовить творческую работу и итоговую презентацию.

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

Отчет по преддипломной практике оценивается руководителем по практике от университета. Оценка, полученная при сдаче зачета, выставляется в зачетную книжку студента.

Описание шкалы оценивания:

Шкала оценивания для промежуточной аттестации обучающихся по практике

Зачет с оценкой «отлично» выставляется, если компетенции освоены в полной мере и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и четко структурированную, качественно оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны ясные выводы, подкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающийся представил четкие и полные ответы;

Зачет с оценкой «хорошо» выставляется, если компетенции вполне освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, оформленную с наличием информационного материала, индивидуальное задание выполнено верно, даны четкие выводы, подкрепленные теорией, однако отмечены погрешности в отчете, скорректированные при защите, индивидуальное задание выполнено верно, даны выводы, неподкрепленные теорией, защита отчета проведена с использованием мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающийся представил полные ответы, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании;

Зачет с оценкой «удовлетворительно» выставляется, если компетенции освоены и обучающийся в установленные сроки представил отчетную документацию по итогам прохождения практики, технически грамотно оформленную и структурированную, качественно оформленную без информационного материала, но индивидуальное задание выполнено не до конца, выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета проведена без использования мультимедийных средств, на заданные вопросы обучающихся представил не полные ответы;

Зачет с оценкой «неудовлетворительно» выставляется, если компетенции не освоены и обучающийся не представил отчетную документацию, индивидуальное задание не выполнено, аналитические выводы приведены с ошибками, не подкрепленные теорией, защита отчета не проведена, на заданные вопросы обучающихся не представил ответы.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

8.1. Основная литература:

1. Азарская М.А. Научно-исследовательская работа в вузе: учебное пособие / М.А. Азарская, В.Л. Поздеев; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461553>
2. Методические рекомендации по оформлению выпускных квалификационных работ для бакалавров факультета философии и социологии. – Уфа: РИЦ БашГУ. 2018 .
3. Мурзина И.Я. Теория и практика культурологических исследований: сборник статей / И.Я. Мурзина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 187 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272311>
4. Родионова Д.Д., Сергеева Е.Ф. Основы научно-исследовательской работы (студентов). – Кемерово: КемГУКИ. – 2010. Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online». <http://biblioclub.ru/index.php?page=book view red&book id=227895>

8.2. Дополнительная литература:

1. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / Ф. И. Шарков; Международная акад. бизнеса и управления; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2012. – 320 с.
2. [Асаул А. Н.](#) Культура организации: проблемы формирования и управления [Электронный ресурс] / А. Н. Асаул [и др.]. – СПб. : Гуманистика, 2006. – Электрон. версия печ. Публикации. – Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/AsaulKulturaOrganizaciiProblemyFormirovanie.iPravleniy.2006.pdf>>.
3. Менеджмент корпорации и корпоративное управление / А.Н. Асаул, В.И. Павлов, Ф.И. Бескиерь, О.А. Мышко; Институт проблем региональной экономики, Западный научный центр национальной академии наук и министерства образования и науки Украины, Международная академия инвестиций и экономики строительства. – Санкт-Петербург: Гуманистика, 2006. – 293 с. : ил., табл., схем. – ISBN 5-86050-251-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434512>
4. [Бердников И. П.](#) PR- коммуникации: практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2013. – 208 с.
5. [Катлип Скотт М.](#) Паблик Рилейшнз: Теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Центер, Глен М. Брум.– 8-е изд. – М.; СПб; Киев: Вильямс, 2001. – 624 с.

6. [Китчен Ф.](#) Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. Китчен.– М. : Юнити-Дана, 2015.– 454 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online».– ISBN 978-5-394-02168-8 .– <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546&sr=1>>.
7. [Михайлов Ю.М.](#) Связи с общественностью по-русски [Электронный ресурс] / Ю.М. Михайлов.– М.: Директ-Медиа, 2014.– 306 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online».– ISBN 978-5-211-05809-5.– <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694&sr=1>>.
8. [Терелецкова Е. В.](#) Теория управления [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е. В. Терелецкова, О. Н. Юлдашева; БашГУ.– Уфа: РИЦ БашГУ, 2012.– <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/TereleckovaTeor.Uprav.UchPos.2012.pdf>>.
9. [Постовская Я. А.](#) PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы [Электронный ресурс] / Я. А. Постовская.– Москва: Лаборатория книги, 2010.– 165 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online».– ISBN 978-5-905815-47-8.– <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>>.

8.3. Информационно-образовательные ресурсы в сети «Интернет»

1. Федеральный портал. Российское образование. <http://www.edu.ru/>
2. Российский образовательный портал. <http://www.school.edu.ru/default.asp>
3. Информационно-коммуникационные технологии в образовании. <http://www.ict.edu.ru/>
4. Федеральный образовательный портал. Социально-гуманитарное и политическое образование. <http://www.humanities.edu.ru/>
5. Российский портал открытого образования. <http://www.openet.edu.ru/>
6. Федеральный образовательный портал. Международное образование. <http://www.international.edu.ru/>
7. Федеральный образовательный портал. Непрерывная подготовка преподавателей. <http://www.neo.edu.ru/wps/portal> - Зарубежные сетевые ресурсы
8. Архив научных журналов издательства <http://iopscience.iop.org/>

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики:

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian.
2. Windows Professional 8 Russian Upgrade.
3. Microsoft Office Standard 2013 Russian.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- БД периодических изданий на платформе East View: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам»;
- Научная электронная библиотека;
- БД диссертаций Российской государственной библиотеки.

Также доступны следующие зарубежные научные ресурсы баз данных:

- Web of Science;
- Scopus;
- Издательство «Taylor&Francis»;
- Издательство «Annual Reviews»;
- «Computers & Applied Sciences Complete» (CASC) компании «EBSCO»
- Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press);
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru>);
- справочно-правовая система Консультант Плюс;
- справочно-правовая система Гарант.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Место прохождения практики должно соответствовать действующим санитарно-эпидемиологическим требованиям, противопожарным правилам и нормам охраны здоровья обучающихся.

Место практики должно быть оснащено техническими и программными средствами, необходимыми для выполнения целей и задач практики: портативными и/или стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в сеть «Интернет», в том числе предоставляется возможность доступа к информации, размещенной в открытых и закрытых специализированных базах данных.

Конкретное материально-техническое обеспечение практики и права доступа студента к информационным ресурсам определяются руководителем конкретного студента, исходя из задания на практику.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 316 (гуманитарный корпус), аудитория № 319 (гуманитарный корпус), аудитория № 406 (гуманитарный корпус), аудитория № 407 (гуманитарный корпус).	ФКР	<p style="text-align: center;">Аудитория № 308 Учебная мебель, доска</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 309 Учебная мебель, доска</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 316 Учебная мебель, доска, кресла секционных последующих рядов с пюпитром</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 319 Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 406 Учебная мебель, доска, мобильное мультимедийное оборудование.</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 407 Учебная мебель, доска, мобильное мультимедийное оборудование.</p>
<i>помещения для</i>	Самостоятельная	Читальный зал № 1

<p>самостоятельной работы: читальный зал № 1, главный корпус, 1 этаж, каб. 17; Абонемент № 7 ул. Карла Маркса 3/4, 8 этаж, каб. 815; Абонемент № 9 ул. Карла Маркса 3/4, 4 этаж, каб. 415.</p>	<p>работа</p>	<p>главный корпус, 1 этаж, каб. 17 Абонемент № 7 ул. Карла Маркса 3/4, 8 этаж, каб. 815 Абонемент № 9 ул. Карла Маркса 3/4, 4 этаж, каб. 415</p>
--	---------------	--