

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института экономики,
управления и сервисных технологий



Н.В. Осипова

ПРОГРАММА

Производственная практика

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): Креативный туризм

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: *очная*

Институт: экономики, управления и сервисных технологий

Высшая школа медиа, коммуникаций и сервиса

Формы обучения	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	3		
Семестр / триместр	6		
Самостоятельная работа	108		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетных единиц.

Разработчик(и) программы:

к.экон.н., доцент Оттева И.В. высшей школы медиа, коммуникаций и сервиса Тихоокеанского государственного университета

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Вид практики (в соответствии с ФГОС ВО):

Производственная практика: организационно-управленческая практика.

1.2. Тип практики: организационно-управленческая практика.

1.3. Цель практики: получение профессиональных умений организационно-управленческой деятельности, а также закрепление и углубление знаний по профилирующим дисциплинам; ознакомление студентов с должностными обязанностями бакалавра по рекламе и связям с общественностью; получение и развитие навыков управленческой деятельности в области рекламы и связей с общественностью; формирование и расширение представлений об организационной деятельности в коммуникационных агентствах, пресс-службах

1.4. Задачи практики:

- изучение объекта практики и специфики его работы;
- изучение процесса организации основных направлений деятельности подразделений по рекламе и связям с общественностью, а также коммуникационных и (или) рекламных, PR- агентств;
- освоение техники организации управления коммуникациями;
- получение навыков работы с организационной документацией, регламентирующей деятельность организаций (подразделений) в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение организационной структуры и стиля управления в коммуникационных отделах
- изучение характера внутригруппового взаимодействия сотрудников подразделения или агентства
- оказание практической помощи организации по заданию руководителя практики.

1.5. Способы проведения практики: стационарная.

1.6. Формы проведения практики: непрерывная/дискретная.

1.7. Планируемые результаты обучения при прохождении практики:

Код компетенции и ее формулировка	Планируемые результаты	Индикаторы достижения компетенции
ПК- 3 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению услуг	Знать: теоретические основы рекламной, PR и GR коммуникаций; основные задачи и функции PR-специалиста в сфере государственной власти, а также технологии и приемы, используемые в коммуникационной деятельности; совокупность правовых норм, регулирующих развитие медиакоммуникаций государственных органов и органов местного самоуправления	Знает: законы и иные нормативные правовые акты РФ, регламентирующие рекламную и PR-деятельность, структуру и функции отделов рекламы и PR, принципы планирования проектов, основы антикризисной работы и коммуникации с целевыми аудиториями
	Уметь: осуществлять оперативное планирование, проводить	Умеет: анализировать работу отдела, участвовать в планировании и организации

	<p>мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению ее услуг (продукции СМИ), в том числе с использованием интернет – технологий;</p> <p>разрабатывать текстовые и рекламные материалы для организации мероприятий по продвижению организации (продукции СМИ);</p> <p>выстраивать устойчивую систему коммуникаций между государственными органами и различными группами общественности</p>	<p>рекламно-PR мероприятий, взаимодействовать с подразделениями и партнёрами, разрабатывать рекомендации по улучшению работы</p>
	<p>Владеть:</p> <p>навыками организации и оперативного планирования своей профессиональной деятельности</p> <p>навыками планирования и организации специальных мероприятий в государственных связях с общественностью;</p> <p>навыками планирования, организация и проведения коммуникационных кампаний</p>	<p>Владеет: методами оперативного планирования, инструментами оценки эффективности кампаний, навыками подготовки аналитических и отчетных материалов.</p>

1.8. Место практики в структуре основной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО):

Реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б2. Практики.

1.9. Объем и продолжительность практики:

Объем практики – 3 (в зачетных единицах).

Продолжительность практики – 2 (в неделях).

1.10. Объем контактной работы:

Очная форма обучения

Объем контактной работы – 108 (в часах).

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание раздела (этапа) практики	Трудоемкость (в академических часах)	Формы текущего и итогового контроля
1.	<p>Подготовительный этап</p> <p>Выдача индивидуального задания на практику, и плана-графика, инструктаж по технике безопасности</p>	<p>Проводится собрание, на котором выдается направление на практику (путевка), подписанный обеими сторонами экземпляр договора, индивидуальное задание руководителя практики, план- график, дневник практики.</p> <p>Перед практикой проводится</p>	4	<p>Устное собеседование по перечню заданий на производственную практику: организационно-управленческую.</p>

		инструктаж по технике безопасности, после которого студент расписывается в журнале по технике безопасности. В период практики в качестве практикантов на рабочие места на студентов распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации, с которыми они должны быть ознакомлены в установленном в организации порядке.		Ведомость инструктажа по ТБ
2.	Исследовательский этап. Ознакомление с организационно-управленческой структурой и основными направлениями деятельности.	<p>ознакомление с организационной документацией, уставом, положениями о структурных подразделениях, должностными инструкциями;</p> <p>-изучение основных видов деятельности, видов представляемых услуг, выполняемых работ;</p> <p>-изучение организационной структуры управления подразделения по рекламе и связям с общественностью или агенства;</p> <p>-ознакомление с организационно-правовой формой организации, с законами, постановлениями, регламентирующими их деятельность и представление услуг;</p> <p>-изучение нормативно-правового регулирования;</p> <p>-регламентация деятельности структурных подразделений (положения об отделах и службах, должностные инструкции руководителей отделов и служб);</p> <p>-стиль управления руководителя предприятия;</p> <p>-стратегические цели и основные стратегии;</p> <p>- Ознакомление с планированием и бюджетированием проектов</p> <p>- Изучение работы отдела с целевыми аудиториями и клиентами</p> <p>- Ознакомление с коммуникацией со СМИ и профессиональным сообществом</p> <p>-Изучение GR и социальной ответственности</p>	50	Индивидуальные консультации.
3.	Аналитический этап.	<p>Цель этапа: Формирование у студента навыков анализа работы отдела рекламы и связей с общественностью, оценки эффективности проектов и коммуникационных кампаний, разработки предложений по оптимизации деятельности.</p> <p>-Проанализировать деятельность отдела и отдельных подразделений на основе собранной информации.</p> <p>-Оценить эффективность рекламных и PR-кампаний, инструментов коммуникации и взаимодействия с целевыми аудиториями.</p> <p>Систематизация информации о работе отдела * Обобщить результаты исследовательского этапа: структура, функции, направления деятельности, проекты. Анализ эффективности проектов и кампаний</p> <p>- Оценить успешность рекламных и</p>	46	Индивидуальные консультации Отчет.

		<p>PR-кампаний по заранее заданным критериям (охват аудитории, вовлечённость, имиджевые показатели). Использовать инструменты мониторинга и анализа (например, SWOT, PEST, KPI, медиамониторинг).</p> <p>- Анализ взаимодействия с целевыми аудиториями и партнёрами, Оценить эффективность коммуникации с клиентами, СМИ, профессиональными сообществами, государственными органами.</p> <p>- Оценка планирования и бюджетирования проектов.</p> <p>Проанализировать эффективность распределения бюджета и ресурсов на проекты.</p> <p>- Изучение антикризисной работы отдела</p>		
4.	<p>Заключительный этап.</p> <p>Систематизация фактического материала с целью оформления отчета по практике, защита результатов на предприятии</p>	<p>Отчет по производственной практике составляется на основе первичных материалов, полученных при изучении деятельности конкретного предприятия. Материал должен быть изложен четко, последовательно, разделен на разделы и подразделы. Содержание отчета индивидуализируется в зависимости от места прохождения практики. Предлагается примерное содержание отчета, место ее прохождения</p> <p>По окончании практики руководители проверяют отчеты и записывают в дневник студентов свой отзыв.</p>	4	
	<p>Отчёт о прохождении производственной практики</p>	<p>В зависимости от места прохождения практики отдельные части отчета могут быть расширены или изменены. Статистическую информацию следует учитывать за три года.</p> <p>Оформление отчетной документации: заполнение дневника практики; работа над текстовой частью отчета по практике, подготовка презентации. Защита отчета</p>	4	<p>Проверка отчета, представленного в письменном виде</p> <p>Проведение зачета с оценкой</p>
	<p>Всего часов</p>		108	

Очно-заочная форма обучения (не реализуется)

Заочная форма обучения (не реализуется)

II. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Содержание заданий, раскрывающих основные виды деятельности обучающихся во время прохождения практики:

Производственная практика: профессиональная проводится в профильных организациях г. Хабаровска (г. Ельца), обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

В первый день практики студент проходит инструктаж, где знакомится с правилами внутреннего распорядка и режимом работы организации, техникой безопасности, правилами пожарной безопасности.

В процессе прохождения производственной практики студент должен ежедневно вести дневник, куда записывает содержание производственной практики и основные сведения, полученные при прохождении практики в соответствии с планом. Дневник

является основой для оформления отчёта по практике. Дневник и титульный лист к дневнику располагаются на сайте университета <http://www.togudv.ru> в разделе Студенту/Трудоустройство/Практика.

Во время прохождения производственной практики студент полностью подчиняется правилам внутреннего распорядка организации и работает по режиму работы организации.

Содержание каждого вида практики определяется высшей школой медиа, коммуникации и сервиса в соответствии с учебным планом и программой, с учетом специфики деятельности предприятия (учреждения, организации), в которых студенты проходят практику.

Задачи практики: углубление знакомства с задачами и организацией работы учреждений по связям с общественностью и рекламе для закрепления знаний, полученных по учебным дисциплинам специализации; систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний для решения конкретных задач; развитие практических навыков профессиональной деятельности; овладение навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей, отделом по рекламе; активное участие в организации и проведении специальных мероприятий, PR-акций, рекламных акций; развитие творческого потенциала, способности самостоятельно формулировать цели, идеи и разрабатывать приемы работы в сфере связей с общественностью и рекламы. *В ходе практики студенты должны узнать:* практические приемы и методы работы PR-специалистов и специалистов по рекламе, основные технологии и направления PR- и рекламной деятельности в конкретной сфере, основные методики решения конкретных задач, специфические особенности PR- и рекламной деятельности в различных сферах;

В ходе практики студенты должны научиться: использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; общим приемам профессиональной коммуникации; работать с информационными источниками и материалами; работать с использованием оргтехники; выполнять работу PR-специалиста и специалиста по рекламе, самостоятельно осуществлять большинство видов PR- и рекламной деятельности в конкретной сфере; осуществлять квалифицированный анализ и обработку информационных материалов; организовывать деловую коммуникацию с коллегами, клиентами и широкой общественностью; организовывать работу со СМИ; планировать и организовывать рекламные, пропагандистские, информационные кампании, владеть навыками социального и политического маркетинга, уметь организовывать и вести протоколно-деловые мероприятия; оказывать помощь PR-специалистам и специалистам по рекламе в их работе.

Содержание основных этапов прохождения практики (подготовительный, исследовательский, аналитический и заключительный) определяются заданием на практику и графиком прохождения практики и программой практики.

В период подготовительного этапа:

- производится организационное оформление практики, включающее: общее ознакомление с базой практики и местом прохождения практики;
- ознакомление с организацией (предприятием), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в том числе инструктаж по технике безопасности;
- ознакомление с корпоративными стандартами предприятия.

Исследовательский этап включает:

- сбор и систематизацию необходимой статистической информации об изучаемом объекте;
- выявление его состояния и тенденций развития посредством изучения нормативной, плановой, отчетной и учетной документации;

– дополнительные исследования путем наблюдения, анкетирования, интервью и т.п.

Аналитический этап предполагает:

- изучение и систематизацию информации о деятельности агентства/отдела – структурирование данных, полученных на исследовательском этапе.
- анализ структуры и функций подразделений – выявление ролей сотрудников, взаимодействия между отделами и с внешними партнёрами;
- оценку текущих проектов и кампаний – анализ эффективности рекламных и PR-кампаний с точки зрения охвата, вовлечённости, имиджевых и финансовых показателей, а также оценку планирования и бюджетирования;
- изучение взаимодействия с целевыми аудиториями и партнёрами – оценка коммуникаций с клиентами, СМИ, государственными органами и социальными партнёрами, выявление сильных и слабых сторон работы отдела/агентства – проведение SWOT- и PEST-анализа для выявления возможностей и угроз;
- изучение антикризисных процессов – анализ кейсов кризисного управления и оценки готовности отдела к кризисам, выработка предложений по оптимизации работы – подготовка рекомендаций по улучшению структуры, процессов и взаимодействия с внешними и внутренними аудиториями;

Заключительный этап включает:

- подготовка аналитического отчета – обобщение результатов анализа в виде отчета
- формирование окончательных выводов и рекомендаций, разработка конкретных решений, предложений по повышению эффективности деятельности предприятия т.д.;
- оформление отчета по практике;
- получение отзывов руководителя практики от организации и руководителя практики от Университета.
- количество времени, необходимое для прохождения этапов, студент - практикант определяет самостоятельно с учетом рекомендаций руководителя практики от Университета.

Руководители практики от ВШМКС:

- проводят обязательный инструктаж о порядке прохождения практики, по охране труда и безопасности жизнедеятельности;
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий;
- оказывают методическую помощь студентам при выполнении программ практики и индивидуальных заданий;
- контролируют выполнение программы практики согласно рабочему графику, ведение дневника, подготовку и составление отчета;

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы:

№ п/п	Код компетенции и ее формулировка	Наименование этапов формирования
1.	ПКС-3 Способность принимать участие в управлении и организации работы	Подготовительный этап. Индивидуальное собеседование по целям и задачам практики

	рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению услуг	Проверка проекта плана самостоятельной работы в период практики Представление списка изученной литературы
2.	ПКС-3 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению услуг	Исследовательский этап. Выполнение заданий по анализу освоенных источников Предварительная проверка работ по основным элементам профессиональной деятельности Контроль выполнения задания на практику
3.	ПКС-3 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению услуг	Аналитический этап. Индивидуальные консультации Выполнение заданий по анализу освоенных источников Предварительная проверка работ по основным элементам профессиональной деятельности Контроль выполнения задания на практику
4.	ПКС-3 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению услуг	Заключительный этап. Прием отчета по практике в письменном виде. Защита производственной практики (выступление на итоговом занятии - конференции). Проведение зачета с оценкой.

3.2. 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

- вопросы, требующие письменного ответа;

1. Общая характеристика организации
 - 1.1. Полное наименование организации (учреждения), дата создания, организационно-правовая форма.
 - 1.2. Форма собственности.
 - 1.3. Организационная структура учреждения (представляется схематически).
 - 1.4. Основные цели организации (учреждения).
 - 1.5. Основные принципы, которыми руководствуется организация(учреждение).
 - 1.6. Органы управления, их функции и полномочия.
2. Основные направления деятельности организации (учреждения)
 - 2.1. Основные виды и направления деятельности организации (учреждения).
 - 2.2. Характеристика основных видов деятельности организации (учреждения).
 - 2.3. Возможность развития в организации (учреждении) новых направлений.
 - 2.4. Изучение состава, способов сбора, обработки и хранения внутренней информации.
 - 2.5. Изучение форм и способов ведения деловой переписки (в том числе на языке региона специализации);
 - 2.6. Изучение и участие в организации деловых переговоров и встреч.
 - 2.7. Изучение и приобретение навыков владения техниками установления профессиональных контактов.

Типовые контрольные вопросы для зачета с оценкой по итогам производственной практики: организационно-управленческой практики по получению навыков профессиональной деятельности:

- вопросы, требующие устного ответа;

1. Какие структурные подразделения входят в современный отдел рекламы и PR?
2. Чем отличается PR-проект от рекламной кампании?
3. Какие функции выполняет отдел коммуникаций в агентстве и как они связаны с управлением проектами?
4. Как взаимодействуют отделы Digital-коммуникаций, PR и рекламы при реализации кампании?
5. Каковы ключевые обязанности руководителя отдела по управлению коммуникационными проектами?
6. Какие этапы включает планирование PR-проекта или рекламной кампании?
7. Как формируется бюджет коммуникационного проекта и какие факторы учитываются?
8. Какие KPI применяются для оценки эффективности кампаний и Digital-коммуникаций?
9. Как учитывать внешние и внутренние риски при планировании коммуникационного проекта?
10. Какие документы фиксируют процесс управления проектами в отделе?
11. Какие методы сегментации аудитории используются в PR и рекламе?
12. Как выстроить коммуникацию с ключевыми клиентами в рамках PR-проекта?
13. Какие инструменты Digital-коммуникаций наиболее эффективны для вовлечения аудитории?
14. Как оценить отклик аудитории на коммуникационную кампанию?
15. Как определить релевантность медиаканалов для конкретной целевой аудитории?
16. Как организовать взаимодействие с прессой и медиа в рамках PR-проекта?
17. Какие цели преследует работа отдела с профессиональными и отраслевыми сообществами?
18. Какие инструменты GR и внешних коммуникаций используются для поддержки кампаний?
19. Как оценивается эффективность медиа-коммуникаций в проекте?
20. Какие методы управления партнёрскими коммуникациями применяются в агентстве?
21. Какова роль PR-отдела в организации корпоративных мероприятий?
22. Какие коммуникационные инструменты применяются для реализации проектов социальной ответственности (КСО)?
23. Как PR и Digital-коммуникации способствуют расширению социального партнёрства?
24. Какие задачи решает коммуникационный проект внутри корпоративного мероприятия?
25. Какие методы предотвращения кризисов используются в PR и Digital-коммуникациях?
26. Какие ключевые шаги включает антикризисная коммуникационная стратегия?
27. Как оценить готовность агентства к возможным кризисным ситуациям?
28. Как выстраивается управление репутацией компании в кризисе?
29. Какие алгоритмы действий применяются при внезапных PR-кризисах?
30. Какие инструменты анализа применяются для оценки эффективности коммуникационных кампаний?
31. Как провести SWOT-анализ PR-проекта на основе практических данных?
32. Как провести PEST-анализ внешней среды для коммуникационного проекта?
33. Какие показатели эффективности рекламной кампании должны быть отражены в отчёте?
34. Как подготовить рекомендации по оптимизации управления проектами в отделе?
35. Какие схемы и аналитические отчёты формируются по итогам практики?

3.3. Критерии оценивания результатов прохождения практики определены соответствующим локальным нормативным актом¹ (см. в Положении об оценочных и методических материалах...).

Оценка знаний, умений, навыков проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

К контролю текущей успеваемости относится проверка знаний, умений и сформированных компетенций обучающихся при собеседовании по результатам выполнения заданий.

Промежуточная аттестация по практике осуществляется в форме зачета с оценкой. Для аттестации обучающийся представляет пакет документов (см.: п. 3.4. Формы отчетности по итогам практики) по результатам прохождения практики и с учетом (анализом) проведенных работ.

Результаты промежуточной аттестации по практике фиксируются в зачётно-экзаменационных ведомостях. Получение обучающимся неудовлетворительной оценки за аттестацию является академической задолженностью.

3.4. Формы отчетности по итогам практики:

Основной формой аттестации по итогам производственной практики (организационно-управленческой) является отчет в напечатанном виде и содержать 25-30 стр. текста на одной стороне стандартного листа бумаги формата А4 (шрифт TimesNewRoman; размер - 14; интервал - 1,5). На основании отчета и публичной защиты практики (включая выступления на ежегодной научно-практической конференции), выставляется итоговая оценка.

Структура отчета и его форма должны соответствовать требованиям данной программы.

В тексте отчета указываются только порядковый номер и название раздела без дальнейшего дробления его на подпункты. Каждый раздел представляется в виде связного текста.

Примерная структура отчета по производственной практике для студентов.

В период прохождения производственной практики студенты должны ознакомиться с производственно-хозяйственной деятельностью и организационной структурой предприятия.

Отчет должен включать следующую информацию:

1. Полное наименование организации, ее организационно-правовая форма; дата создания (официальной регистрации); орган, осуществивший регистрацию; документ, регламентирующий регистрацию организации; полный юридический, почтовый и фактический адрес.

2. Сфера деятельности предприятия, перечень основных видов услуг.

3. Организационная структура предприятия, функции и состав основных подразделений

4. Оценка уровня развития оргтехники, использование прикладных компьютерных программ в процессе управления предприятием.

5. Структура и обязанности персонала фирмы, количество штатных единиц, соответствие работников квалификационным требованиям.

6. Направления деятельности, специфика коммуникационных проектов, кампаний.

7. Анализ и обобщающая оценка деятельности организации, выводы.

В результате прохождения практики обучающиеся предоставляют следующий пакет документов:

– в печатном виде: дневник практики; отчет о прохождении практики (до 5-6 листов формата А4) в соответствии с заданием, предусмотренным программой практики; характеристику от руководителя практики профильной организации; аттестационный лист;

– в электронном виде (электронная версия (текст в формате pdf; имя файла: Фамилия_группа_год (например, Иванова_Л-31_17.pdf)) и других документов в соответствии

с требованиями программы практики: задание на практику.

IV. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

4.1. Этапы практики:

Подготовительный, исследовательский этап, аналитический, заключительный.

4.2. Базы практики:

Производственная практика проходит на базе организаций, направленность деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся:

Организации, с которыми заключены договоры о научно-практическом сотрудничестве и организации прохождения практик для обучающихся:

ГУ МЧС по Хабаровскому краю (пресс-служба), АО «Хабаровский аэропорт» (пресс-служба), Рекламно-производственная группа «Ботанический сад» и др.

4.3. Особенности организации практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

При выборе базы практики для лиц с ОВЗ и инвалидов учитывается не только возможность решения студентом (-ами) задач практики, но и их ограниченные возможности здоровья.

Процесс организации и проведения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, осуществляется в соответствии с Приказом № 020/269 от 04.08.2015 г. «Об утверждении Положения об организации реализации образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающимися в ТОГУ».

Приказ 001/164 от 31.05.2018 г. «О введении в действие Особого порядка организации и проведения практик обучающихся с инвалидностью в Тихоокеанском государственном университете».

Особый порядок организации и проведения практики обучающихся с инвалидностью, осваивающих основные профессиональные программы высшего образования разработан с учетом условий инклюзивного образования и определяет порядок организации и проведения практики обучающихся с инвалидностью в Тихоокеанском государственном университете, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, адаптированные основные профессиональные образовательные программы формы и способы ее проведения.

При определении мест учебной и производственной практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации индивида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практик создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе адаптированной образовательной программы с учетом их психофизических особенностей и особых образовательных потребностей.

Для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ создаются специальные условия для получения образования по образовательным программам.

Под специальными условиями для получения образования по образовательным программам для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья понимается использование специальных образовательных программ и методов обучения, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания на основании письменного заявления обучающегося.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения реализации образовательной программы осуществляется с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ.

Срок получения высшего образования по образовательной программе студентам-инвалидам и лицами с ОВЗ увеличивается по сравнению со сроком получения высшего образования по образовательной программе по соответствующей форме обучения в пределах, установленных образовательным стандартом, на основании письменного заявления обучающегося.

При проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации учитываются психофизические особенности инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и возможность предоставления ассистента по их письменному заявлению.

При проведении аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления;

- пользование необходимыми обучающимся техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей.

V. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Литература

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебник для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 126 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14076-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567755> (дата обращения: 10.05.2025).
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888> (дата обращения: 10.05.2025).
3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564576> (дата обращения: 10.05.2025).
4. Васильева М.М. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568421> (дата обращения: 10.05.2025).

5.2. Специализированные периодические издания

www.pronline.ru Информационный портал, посвященный проблемам PR, рекламы и маркетинга.

www.press-service.ru Всероссийский специализированный журнал, ориентированный на пресс-секретарей, сотрудников пресс-служб, пресс-центров, PR-специалистов и всех, чья деятельность связана с информационной работой.

www.sostav.ru Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. Содержит развернутую информацию о различных сегментах рынка.

5.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В таблице отразить ресурсы сети «Интернет», используемые в ходе практики.

№ п/п	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	https://infourok.ru/	Инфоурок: образовательный интернет-проект России. Включает: конспекты уроков, презентации, тесты, видеоуроки и другие материалы по предметам школьной программы.	Свободный доступ
2.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ
3.	http://www.consultant.ru	Справочная правовая система «КонсультантПлюс».	Свободный доступ
4.	http://www.garant.ru	Справочная правовая система «Гарант»	Свободный доступ
5.	https://rosstat.gov.ru/	Федеральная службы государственной статистики.	Свободный доступ

VI. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

6.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)

1. Операционная система Windows 10,
2. Информационная система 1С: Предприятие,
3. Информационные технологии: Web-дизайн, компьютерная графика, Flash-технологии и т.д. (не предусмотрено)

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение (при необходимости и заполняется по согласованию с Управлением информатизации образования и информационной безопасности)

При реализации программы практики применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional; Microsoft Windows 7 Professional; Microsoft Windows 8 Professional; Microsoft Windows Server 2008 Std/Ent; Microsoft Windows Server 2012R2 Standard (операционные системы для ПК; серверные операционные системы). Академические лицензии OLP (Open License). Срок действия лицензии: бессрочно.

– Microsoft Office Professional Plus 2010, Microsoft Office Professional Plus 2013 (пакет офисных приложений). Академические лицензии OLP (Open License). Срок действия лицензии: бессрочно.

– Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security 10. Коммерческая лицензия для 300 компьютеров.

[В том случае, если применяется специфическое лицензируемое ПО, которое можно показать эксперту в конкретном кабинете, то добавляем его к предложенному списку.]

6.3. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (при необходимости)

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.school.edu.ru	Российский общеобразовательный портал	Свободный доступ
3.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
4.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
5.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ
6.	http://mars.arbicon.ru	МАРС: межрегиональная аналитическая роспись статей [Электронный ресурс]: база данных содержит аналит., библиогр. записи на ст. из отечеств. период. изданий [объединяет более 240 библиотек различных систем и ведомств] / рук. проекта И. В. Крутихин; Ассоц. регион. библ. консорциумов. – Электрон. дан. (более 2,9 млн. ст.). – Санкт-Петербург [и др.], 2001. – URL: http://library.sibgtu.ru ; http://mars.arbicon.ru . – Загл. с титул. экрана сайта «Ар-бикон».	Свободный доступ
7.	http://e.lanbook.com	Лань [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система издательства «Лань»: содержит электронные версии	Свободный доступ

		книг и учебников по инженерно-техническим наукам, лесному хозяйству и лесоинженерному делу. – Электрон. дан. – Москва, 2010.	
--	--	--	--

**VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА,
НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Материально-техническая база организации, в которой проводится производственная практика: организационно-управленческая, помещения соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям технической безопасности при проведении производственных/научно-производственных работ.