Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

«Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика»

Вид *учебная практика*
учебная, производственная

Тип *профессионально-ознакомительная практика*

Форма *дискретная по видам практик*
непрерывная, дискретная

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа практики «*Б2.П.Б.У.1 Профессионально-ознакомительная практика*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент *должность* *подпись* Ю.В. Кудашова *расшифровка подписи*
доцент *должность* *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код наименование *личная подпись* Ю.В. Кудашова *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Бигалиева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Кудашова Ю.В., 2023
© Димитрова Т.Ю., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения практики

Цель практики: учебная практика является начальной частью подготовки студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Она проводится по окончании теоретического курса обучения 1 и 2 курсов и направлена на закрепление и углубление полученных знаний, приобретение навыков практической работы в пространстве масс-медиа, изучение деятельности средств массовой информации. Целью практики является непосредственная практическая подготовка к профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, углубление и закрепление теоретических знаний, приобретение опыта работы со средствами массовой информации.

Задачи:

1) теоретический компонент:

– получить базовые представления о целях, задачах, теоретических основах работы средств массовой информации, роли специалистов по связям с общественностью в современном обществе и особенностям взаимодействия со СМИ;

– иметь представление о происхождении и функционировании системы СМИ, о всех её уровнях, о структурных и коммуникативных аспектах современных средств массовой информации;

– иметь знания о формах и методах работы специалистов по связям с общественностью, организации и планирования работы.

– углубить знания о системе СМИ;

– закрепить знания, полученные студентами в процессе изучения общепрофессиональных дисциплин;

2) познавательный компонент:

– ознакомится с видами и структурой средств массовой информации и их характеристикой;

– изучить и проанализировать нормативно-правовые и нормативно-методические документы, определяющие деятельность СМИ;

– получить базовые знания о работе различных средств массовой информации; - познакомить с процессом подготовки и выпуска теле- и радиопередач и печатных изданий;

– познакомиться с работой электронных и печатных СМИ;

3) практический компонент:

– знать основные техники использования теоретических знаний для решения коммуникативных задач в сфере профессиональной деятельности;

– получить представление о процессе подготовки материалов для различных СМИ;

– получить представление о процессе моделирования различных ситуаций, возникающих в процессе профессиональной деятельности;

– уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками; - привить студентам первоначальные навыки работы с электронными или печатными СМИ;

– сформировать первые профессиональные навыки;

– овладеть профессионально-практическими навыками и методами организации деятельности журналиста;

– научиться самостоятельно или под контролем выполнять отдельные действия и операции по созданию текстов;

– научиться под контролем выполнять обработку и анализ целевых аудиторий СМИ, повестки дня и другой профессиональной информации.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика реализуется в форме практической подготовки.

Практика относится к базовой части блока П «Практика»

Пререквизиты практики: *Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.22 Теория и практика массовой информации*

Постреквизиты практики: *Б1.Д.Б.20 Социология массовой коммуникации, Б1.Д.Б.21 Психология массовых коммуникаций, Б1.Д.Б.26 Пресс-служба*

3 Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Процесс изучения практики направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1-В-2 Осуществляет критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников УК-1-В-4 Применяет методы сбора, хранения, обработки, передачи, анализа и синтеза информации с использованием компьютерных технологий для решения поставленных задач УК-1-В-5 Формулирует и аргументирует выводы и суждения, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1-В-6 Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий	**Знать:** место и роль информатики в– современном мире; фундаментальные понятия– информатики; основы современных информационных– технологий обработки информации и их влияние на успех в профессиональной деятельности; специфику и виды профессионально– значимой информации, источники ее получения; методы сбора, хранения, обработки,– передачи, анализа и синтеза информации. **Уметь:** применять методы сбора, хранения,– обработки, передачи, анализа и синтеза информации с использованием компьютерных технологий для решения поставленных задач; использовать стандартные пакеты– прикладных компьютерных программ для решения поставленных задач. **Владеть:** методами сбора, хранения, обработки,– передачи, анализа и синтеза информации согласно поставленным учебным и профессиональным задачам с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий; основными методами работы с прикладными программными средствами.
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2-В-1 Понимает классическую структуру проекта с учетом оптимизации ресурсного обеспечения, способы представления проекта	**Знать:** сущность и принципы про- ектирования; основы правового обеспечения при организации про- ектной деятельности; классическую структуру проекта с учетом опти- мизации ресурсного обеспечения; механизмы деятельности в сфере привлечения средств. **Уметь:** определять круг задач для организации деятельности по созданию и продвижению проекта; формулировать цели и задачи проекта; уметь структурировать этапы процесса организации проектной деятельности. **Владеть:** навыками стратегического развития идеи в проект в рамках поставленной цели с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; навыками применения элементов анализа, планирования и оценки рисков для выбора оптимальной стратегии развития и обоснования устойчивости проекта.
УК-3 Способен	УК-3-В-1 Понимает	**Знать:** основные термины проектирования;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	концептуальные основы метода проектов, принципы и этапы проектирования; основы формирования команды управления проектом и принципы выбора оргструктуры; основные характеристики источников информации; способы представления проекта. **Уметь:** генерировать идею, выбирать направление ее развития в проект с учетом видовых характеристик и осуществлять социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде; уметь организовать работу по сбору необходимых информационно- аналитических данных для проекта. **Владеть:** навыками по распределению ролей в проектном коллективе; навыками в области обработки полученной информации; навыками представления готового проекта.
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4-В-1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемый стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами УК-4-В-2 Ведет деловую коммуникацию в письменной и электронной форме, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках	**Знать:** основы делового общения (нормы литературного языка, коммуникативные качества речи, жанры устной деловой коммуникации); особенности вербальной и невербальной коммуникации, особенности письменной деловой коммуникации, в том числе в электронной форме; различные жанры деловой корреспонденции на государственном языке Российской Федерации; социокультурную специфику русского речевого этикета. **Уметь:** вести деловое общение в соответствии с нормами современного русского литературного языка; продуцировать тексты деловой корреспонденции в соответствии с нормами современного русского литературного языка. **Владеть:** нормами современного русского литературного языка при осуществлении деловой коммуникации в устной форме; жанрами делового общения и этикетными речевыми нормами при осуществлении деловой коммуникации в письменной и электронной формах.
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с	ОПК-1-В-1 ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1-В-2 ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	**Знать:** отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ **Уметь:** востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Владеть:** нормами современного русского и иностранного языков, особенностями иных

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	знаковых систем литературного языка при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц (324 академических часа).
Практика проводится в 2, 4 семестрах.
Виды итогового контроля:
– 2 семестр: дифференцированный зачет;
– 4 семестр: дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленные на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций

- создание авторских публикаций, видеороликов;
- создание пиар-текстов, пресс-релизов пресс-кита, медиа-кита;
- создание сценариев проведения специальных мероприятий;
- информационно-коммуникативное сопровождение определенного события или процесса;
- наполнение сайта организации.

Этапы прохождения практики

1 этап. Установочный 1. Вводная беседа о целях, задачах и содержании программы учебно-ознакомительной практики. 2.Требования, предъявляемые к деятельности студента. 3. Выдача задания на практику. 4. Составление графика выполнения работ. 5. Методические пояснения по оформлению отчета по практике.

2 этап. Подготовительный 1.Обсуждение конкретных заданий, способов их выполнения и оформления отчета. 2. Повторение необходимых теоретических разделов.

3 этап Производственный (рабочий)

1. Производственный инструктаж. Инструктаж по технике безопасности в редакции. 2. Планирование студентами собственной деятельности и знакомства со своими руководителями. 3.Изучение программы и разработка плана индивидуальной работы на время практики. 4.Совместное руководителем от предприятия обсуждение графика работы, порядка выполнения заданий.

2.Знакомство с организацией 1. Общее знакомство с организацией, ее рекламными службами, подразделениями по связям с общественностью. 2. Знакомство со структурой предприятия СМИ. 3 Анализ должностных инструкций положений о структурных подразделениях. 4.Обсуждение особенностей данной организации, подведение предварительных итогов.

3. Работа в структурных подразделениях 1. Анализ основных внешних и внутренних целевых аудитории связей с общественность 2. Анализ внешних и внутренних коммуникации организации; 3. Коммуникационный и информационный аудит деятельности организации 4. Работа в структурном подразделении, выполнение индивидуальных заданий

4. Выполнение заданий практики.

Задания на практику оформляются перечнем специальных заданий, раскрывающих содержание основных видов практики студентов. Состав и содержание заданий практики определяется ее видом. Задания выполняются с учетом специфики работы структур по рекламе и связям с общественностью.

5 Формы отчетной документации по итогам практики

После окончания учебной практики студент в течение недели оформляет отчет, готовит доклад, получает письменный отзыв руководителя практики от организации, в который вносится оценка работы практиканта. До проведения зачета студент должен руководителю практики от университета сдать отчет по учебной практике, включающий:

- дневник практики;
- отчет по практике;
- приложение к отчету: авторские материалы (или публикации).

Дневник ведется по установленной форме. В дневник записываются все выполненные работы. Записи делаются ежедневно по окончании операционного дня. Руководителем практики в дневник заносятся данные о трудовой дисциплине (нарушениях или поощрениях). По окончании практики на отдельных участках работ руководитель практики проверяет записи в дневнике. В конце дневника руководитель практики должен написать развернутую характеристику на студента. Дневник заверяется печатью предприятия и подписью руководителя практики от предприятия. Итоги практики студента обсуждаются на совещании (летучке) работников учреждения СМИ и находят отражение в характеристике (в дневнике практики), которую студент затем представляет на кафедру вместе с другими материалами.

Отчет по практике:

1. Общая характеристика объекта: наименование; миссия; цели и задачи деятельности; история.
2. Характеристика структуры управления и системы коммуникаций:

− организационная структура управления;
− внешние и внутренние коммуникации организации;
− основные внешние и внутренние целевые аудитории связей с общественностью.

3. Опыт и проблемы функционирования организации:

− характеристика рекламной деятельности предприятия;
− задачи деятельности по связям с общественностью;

- проблемы деятельности СМИ;
- нормативно-правовые акты, определяющие работу в редакциях и электронных и печатных СМИ.

4. Современные технологические средства массовой информации.
5. Анализ повестки дня СМИ.
6. Описание собранного архива информационных материалов за этот период учебной практики.
7. Описание полученных умений и навыков за период прохождения учебной практики в электронных или печатных СМИ, трудностей, связанных с выполнением заданий редакции.
8. Выполнение индивидуальных заданий и работа над собственными журналистскими материалами.

Собственные материалы включаются в **приложение к отчету** практике:

- информационная заметка (одна-две);
- репортаж, интервью, отчет или зарисовка (по выбору).

Если за период прохождения практики у студента были публикации в газете, то их необходимо приложить к отчету. Авторские публикации заверяются редакцией, на кафедру нужно представить номера газет с опубликованными материалами или заверенный редактором и печатью организации сценарий теле- или радиоматериала. Отчет и дневник по практике подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью организации.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

6.1 Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет, необходимых для проведения практики

Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие : [16+] / А. Б. Арзуманян ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691269 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3963-5. – Текст : электронный.

Медиасистема России: учебник для студентов вузов : [16+] / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 424 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612615 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-1103-5. – Текст : электронный.

Информационное право : учебное пособие / авт.-сост. В. Ю. Рогозин, С. Б. Вепрев, А. В. Остроушко ; Академия Следственного комитета Российской Федерации. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685793 – ISBN 978-5-238-02858-3. – Текст : электронный.

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 – Библиогр.: с. 319-322. – ISBN 978-5-394-00783-5. – Текст : электронный.

Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие : [16+] / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 384 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684281

Учёнова, В. В. История рекламы : учебник / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684793

Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 450 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=622063

Ромат, Е. В.Реклама: теория и практика [Текст] : учебник для бакалавров и специалистов / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров.- 8-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2013. - 512 с. : ил. - (Учебник для вузов). - Библиогр. в конце разд. - Прил.: с. 477-505. - ISBN 978-5-496-00114-4.

Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин.- 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 538 с. : ил. - Крат. слов. терминов: с. 503-535. - Библиогр.: с. 536-538. - ISBN 978-5-394-01804-6.

Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры [Текст] : учеб.-практ. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Высш. образование : Юрайт, 2009. - 722 с. : ил. - (Прогрессивный учебник). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9692-0467-6.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации : общество – СМИ – власть : учебник / А. Г. Киселёв. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 431 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691915

Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637

Андреева, С. В. Имиджелогия : конспект лекций / С. В. Андреева ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности. – Кемерово : Кемеровский

государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647

Чумиков, А. Н. Антикризисные коммуникации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2013. – 174 с. : ил. – (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456529

Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR : методические материалы и кейсы : практикум : [16+] / А. Г. Милюкова. – Саратов : Вузовское образование, 2020. – 127 с. – (Вузовское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610850

Сальникова, Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе : учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2015. – 296 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456636

Шевченко, Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 204 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475

Периодические издания:

- Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
- Журналист : журнал. - М. : ИД "ЭГ"
- Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- Экономика и управление : журнал. - СПб. : Агентство "Роспечать"
- Советник : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
- РБК: журнал. – М.: ООО «БизнесПресс»
- Коммерсантъ : газета. - М. : Агентство "Роспечать"
- Государственная власть и местное самоуправление : журнал. - М. : Агентство "Роспечать
- Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"

Интернет-ресурсы

Центры изучения общественного мнения

https://fom.ru/ - Фонд «Общественное мнение» — российская организация, занимающаяся проведением социологических исследований. ФОМ занимает первое место в Профессиональном рейтинге исследовательских компаний,

http://www.wciom.ru.ru/ - Всероссийский центр исследования общественного мнения.

Информационно-аналитические системы

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

http://www.medialogia.ru/ - информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги.

https://e-cis.info- интернет –портал Содружества Независимых Государств (СНГ), официальные документы, информация по странам, анонсы событий СНГ, аналитика и комментарии.

http://fas.gov.ru/ - сайт Федеральной антимонопольной службы РФ, актуальная информация о контроле выполнения рекламного законодательства, конкуренции в РФ.

http://www.prnews.ru/ - сайт компании PR News – лидера в в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования.

http://www.raso.ru/ - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

Сайты органов власти

https://digital.gov.ru/ - Официальный Интернет-ресурс Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации — федеральный орган исполнительной власти, который занимается выработкой и реализацией государственной политики

и нормативно-правовым регулированием в следующих сферах

https://rkn.gov.ru/ - Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

http://fas.gov.ru - сайт Федеральной антимонопольной службы РФ, актуальная информация о контроле выполнения рекламного законодательства, конкуренции в РФ.

Специализированные издания по журналистике, рекламе и связям с общественностью

http://www.mediascope.ru/ - Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп»

http://advertology.ru/ - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

Профессиональные организации и союзы:

http://ruj.ru/ - Общероссийская общественная организация "Союз журналистов России" является основанным на членстве творческим неполитическим общественным объединением, учрежденным для осуществления деятельности по защите интересов журналистов России

http://orenjour.ru/ - Региональная общественная организация «Союз журналистов Оренбуржья»

https://www.raso.ru – Российская ассоциация по связям с общественностью

http://www.pr-club.com/ - ЗАО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРЕСС-КЛУБ. ЧУМИКОВ ПР И КОНСАЛТИНГ» (МПК) – коммуникационное агентство, оказывающее полный цикл услуг в области связей с общественностью (PR – паблик рилейшнз)

Федеральные СМИ

http://www.rbc.ru/ - РИА РБК – это ленты новостей политики, экономики и финансов, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, тематические статьи, оперативные данные по всем сегментам финансового рынка, трансляции пресс-конференций и интервью с крупнейшими российскими политическими деятелями и бизнесменами.

https://rg.ru/ - Интернет-портал “Российской газеты”. Новости экономики, общества, политики. Проишествия в регионах и в мире.

https://tass.ru/- Сайт информационного телеграфного агенства России ИТАР-ТАСС. Лента новостей России и мира. Материалы пресс-конференций, Мультимедиа: виде- и фоторепортажи, инфографика и т.д.

http://www.interfax.ru/- Сайт международной информационной группы “Интерфакс”. “Интерфакс” – крупнейшая в СНГ частная диверсифицированная информационная группа, признанный лидер российского информационного рынка в сегменте B2B.

https://lenta.ru/Lenta.ru -новости России и мира.Экономика, наука и техника, спорт, культура.

https://www.kommersant.ru/ - Сайт издательского дома “Коммерсантъ”. Фото, видео, книги, авторы, темы, справочник, рейтинги, Online-интервью, новости компаний, объявления о несостоятельности, блоги, годовые отчеты компаний.

https://ria.ru/ - Сайт сетевого издания «РИА Новости». Группа РИА Новости — это лидирующий российский медиахолдинг с богатой 70-летней историей, в который сегодня входят: мультимедийное

https://www.1tv.ru/ -сайт главного телеканала страны.

https://otr-online.ru/ - один из официальных телеканалов РФ.

https://www.kp.ru/ -сайт общероссийской газеты «Комсомольская правда»

http://kremlin.ru/ -сайт Президента РФ

http://www.journ.msu.ru/ - сайт МГУ им. Ломоносова

http://www.ng.ru/ - сайт «Независимой газеты»

https://iz.ru/ - сайт газеты «Известия»

https://russia.tv/ - сайт ТК «Россия»

http://www.rbc.ru/ - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

http://www.forbes.ru/ - русское издание журнала «Forbes», аналитические статьи, актуальная экономическая и политическая информация.

СМИ Оренбурга и Оренбургской области

www.orenburg.rfn.ru - **ГТРК «ОРЕНБУРГ»** - Филиал ФГУП "ВГТРК" Государственная телевизионная и радиовещательная компания "Оренбург".

http://vestirama.ru/ - Сетевое издание «Государственный Интернет-Канал «Россия» **ГТРК «ОРЕНБУРГ»**

www.orenday.ru - **ООО «ОРЕН-ТВ»** - «Орен-тв» является сетевым партнером канала Рен-тв. Объективность, оперативность, честность. В эфире «Орен-тв» выходят информационные, аналитические и развлекательные программы.

www.orenburzhie.ru - **«Оренбуржье»** — общественно-политическая газета. Выходит с октября 1991 года.

www.vecherniyorenburg.ru - «**Вечерний Оренбург»** - общественно-политическая газета

www.uralpressa.ru - **«Южный Урал»** - общественно-политическая газета. Выходит с октября 1917 года.

www.onlineon.ru - **«Оренбургская неделя»** - общественно-политическая газета, выходит с 1972 года.

www.feb56.ru - **«Финансово-экономический бюллетень»** — совместный проект ТПП Оренбургской области с Оренбургским союзом промышленников и предпринимателей, Региональным информационным агентством «Априори» и Центром стратегического планирования и развития Оренбургской области.

Электронные библиотеки

http://rucont.ru/ - вузовская электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе национального цифрового ресурса «РУКОНТ».

http://www.biblioclub.ru/ - ЭБС "Университетская библиотека онлайн. Ресурс содержит электронные издания по истории, философии, культурологии, психологии, социологии, религии, искусствоведению, филологическим наукам, политологии, правоведению, экономике, естественным наукам, информационным технологиям, а также художественной литературе. Базы данных ресурса содержат справочники, словари, энциклопедии, иллюстрированные издания по искусству на русском, немецком и английском языках.

http://elibrary.ru/ - Научная электронная библиотека eLibrary.ru - это крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн. научных статей и публикаций. На платформе eLIBRARY.RU доступны электронные версии более 2200 российских научно-технических журналов, в том числе более 1100 журналов в открытом доступе.

http://www.iqlib.ru/ - Электронная библиотека учебной литературы.

http://www.jourclub.ru/ - Каталог статей и учебных пособий "JourClub", предназначенных для помощи студентам самых разных учебных заведений.

http://www.portalus.ru/ - Порталус - крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России.

http://www.bibliotekar.ru/ - Электронная библиотека нехудожественной литературы по русской и мировой истории, искусству, культуре, прикладным наукам. Книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся высших учебных заведений и аспирантов.

http://www.prlib.ru/Pages/Default.aspx - Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина. Электронная библиотека, фонды которой включают более 150 тысяч единиц хранения, наиболее полно представляющих историю российского государства самых разных эпох, включая современный период - электронные копии старинных рукописей, карт, фотоальбомов, газет и монографий.

6.2 Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

7 Места прохождения практики

Структурные подразделения ОГУ:
- кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии;
- Управление социальных коммуникаций и новых медиа ОГУ;
- ДК «Россия»;
- Департамент молодежной политики и взаимодействия с сообществами.

Организации:
- рекламные и коммуникационные агентства г. Оренбурга;
- структурные подразделения организаций всех отраслей национальной экономики, всех форм собственности и организационно-правовых форм;
- некоммерческие организации;
-региональные отделения политических партий;
- пресс-службы образовательных, медицинских, культурных организаций и т.п.

8 Материально-техническое обеспечение практики

При прохождении практики в организации, на предприятии: отдельное рабочее место, оснащенное компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа к профессиональным электронным ресурсам и программам.

При прохождении практики в Вузе: учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.