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.В.П.1 Профессионально-творческая практика»

Вид производственная практика
учебная, производственная

Тип профессионально-творческая 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.В.П.1 Профессионально-творческая 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 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: производственная практика является начальной частью подготовки студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» и подготовительной стадией к разработке выпускной квалификационной работы. Она проводится после окончания теоретического курса обучения на 3-м курсе и направлена на закрепление и углубление полученных знаний, приобретение навыков практической работы, а также сбор и анализ практических материалов. Целью производственной практики является непосредственная подготовка к самостоятельной профессиональной работе в сфере информации и коммуникации по рекламе и связям с общественностью, углубление теоретических знаний, приобретение опыта работы и подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы.

Задачами практики являются:

1) теоретический компонент:

– получить базовые представления о целях, задачах, основах планирования, организации работы структур по рекламе и связям с общественностью предприятий различных сфер деятельности, рекламных агентств и ПР-агентств, пресс-служб органов государственной и муниципальных органов власти, общественных организаций, фондов, союзов, международных центров;

– знать организационные основы деятельности структур по рекламе и связям с общественностью организаций различных сфер деятельности, рекламных агентств и ПР-агентств, пресс-служб органов государственной и муниципальных органов власти, общественных организаций, СМИ, о всех её уровнях, о структурных и коммуникативных аспектах современных средств массовой информации;

– иметь знания о функциях, формах и методах работы специалистов по рекламе и связям с общественностью;

– углубить знания о принципах и технологиях связей с общественностью и рекламы;

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

– знать теоретические основы технологий рекламы и связей с общественностью;

– ознакомиться с содержанием конкретных видов деятельности в структурах по связям с общественностью и рекламе;

2) познавательный компонент:

– ознакомится с видами структурных подразделений по рекламе и связям с общественностью организаций различных сфер деятельности, рекламных агентств и PR-агентств, пресс-служб органов государственной и муниципальных органов власти, общественных организаций и их характеристикой;

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

– получить базовые знания об основах менеджмента в сфере рекламы и связях с общественностью;

– познакомить с процессом подготовки и реализации рекламных и PR-проектов, информационно-коммуникативных кампаний, стратегии позиционирования;

– научиться проводить анализ общественного мнения, конкретных ситуаций, медиапространства, информационного поля;

– познакомиться с принципами работы структурных подразделений и агентств.

3) практический компонент:

– получить навык использования техник и технологий в рекламной и PR-деятельности для решения коммуникативных задач;

– получить навыки работы со СМИ, инвесторами, потребителями, госструктурами, избирателями, планирования кампаний по связям с общественностью;

– получить представление о процессе подготовки и реализации проектов;

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

– уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками;
– расширить профессиональные навыки;
– научиться поводить социологические исследования и анализ общественного мнения;
– овладеть профессионально-практическими навыками работы с различными целевыми аудиториями;
– научиться самостоятельно или под контролем выполнять отдельные действия и операции по созданию информационных материалов;
– научиться проектировать имидж объектов и разрабатывать информационные программы и проекты его реализации; - приобрести опыт анализа внутренней и внешней систем коммуникаций организаций.

2 Место практики в структуре образовательной программы

Практика реализуется в форме практической подготовки.

Практика относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока П «Практика»

Пререквизиты практики: *Б1.Д.Б.27 Технологии рекламы и связей с общественностью, Б1.Д.Б.32 Основы медиапланирования*

Постреквизиты практики: *Б1.Д.Б.25 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, 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-3 Понимает основные закономерности и главные особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте 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	**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,

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
	опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, процессов, явлений и событий	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 УК-2-В-2 Формулирует цели и задачи проекта, структурирует этапы процесса организации проектной деятельности	**Знать:** сущность и принципы проектирования; основы правового обеспечения при организации проектной деятельности; классическую структуру проекта с учетом оптимизации 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 осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3-В-1 Понимает эффективность использования стратегии командного сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде УК-3-В-2 Генерирует идею, выбирает направление развития ее в проекте с учетом видовых характеристик и осуществляет социальное взаимодействие посредством распределения проектных ролей в команде	**Знать:** основные термины проектирования; 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.
ПК*-1 Способен осуществлять профессиональную	ПК*-1-В-1 ПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию, создание и	**Знать:** - систему современного русского языка; нормы словоупотребления; нормы рус-

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
коммуникацию на русском языке с учетом правовых требований к использованию русского языка как государственного языка РФ	редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, правовыми требованиями к использованию русского языка как государственного языка РФ ПК*-1-В-2 ПК-1.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта правовым требованиям к использованию русского языка как государственного языка РФ и медиаконцепции канала	ской грамматики; орфографические нормы современного русского языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность; - литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка: - специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста. **Уметь:** – создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет; - свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на русском языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов и в сети Интернет. **Владеть:** - различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; - технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности - культурой речи.
ПК*-3 Способен к поиску информации и анализу ситуации в коммуникационной деятельности	ПК*-3-В-1 ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для поиска информации и анализа ситуации в коммуникационной деятельности ПК*-3-В-2 ПК-3.2 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	**Знать:** основы информационной и библиографической культуры, виды информационно-коммуникационных технологий, основы информационной безопасности - базовые технологии информационной бизнес-разведки - методы аналитической работы с большими объемами информации - морфологию поисковых запросов - методы работы с открытыми данными (госорганов, коммерч. структур, отраслевых некоммерч. организаций) **Уметь:** - использовать знания основ информационной и библиографической культуры, методики информационно-коммуникационных технологий, методы информационной безопасности - производить качественный и количе-

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
		ственный анализ публичной информации - готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникаций, составлять базы данных - кодировать информацию (качественную и количественную) - логически мыслить. **Владеть:** - навыками уместного «подчеркивания» или «ретуширования» специфических особенностей - программами и средствами предоставления визуализации данных. - технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных. - технологиями работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами.
ПК*-5 Способен создавать рекламный, коммуникационный продукт разных форматов и жанров для разных каналов коммуникаций с учетом их специфики и накопленного профессионального опыта	ПК*-5-В-1 ПК-5.1. При реализации рекламного, коммуникационного продукта использует разные форматы и жанры для разных каналов коммуникации с учетом их специфики и накопленного профессионального опыта ПК*-5-В-2 ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	**Знать:** - основы моделирования творческо-производственного процесса создания рекламного сообщения - основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта **Уметь:** моделировать творческо-производственный процесс создания рекламного сообщения - оценивать качество креативных разработок рекламного агентства и выбирать оптимальный вариант для решения конкретной задачи **Владеть:** навыками работы с графическими пакетами программ рекламной графики, методиками копирайтинга и анализа рекламных текстов - технологиями разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы
ПК*-6 Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	ПК*-6-В-2 ПК-6.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	**Знать:** модели восприятия рекламных обращений, основы психологии потребителя и возможности их применения для разработки эффективной рекламы **Уметь:** разрабатывать текст и визуальный ряд «продающей» рекламы **Владеть:** методиками составления креативного брифа

4 Трудоемкость и содержание практики

4.1 Трудоемкость практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).
Практика проводится в 6 семестре.
Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.
Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).
Практика проводится в 6 семестре.
Вид итогового контроля – дифференцированный зачет.

4.2 Содержание практики

1 этап Установочный

1. Вводная беседа о целях, задачах и содержании программы производственной практики.
2.Требования, предъявляемые к деятельности студента.
3. Выдача задания на практику.
4. Составление графика выполнения работ.
5. Методические рекомендации по проведению практики, выполнению заданий, сбору материала и 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 этап: производственный инструктаж 1. Инструктаж по технике безопасности. 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 этап: знакомство с организацией 1. Общее знакомство с организацией, ее рекламными службами, подразделениями по связям с общественностью. 2. Знакомство со структурой ПР-агентства (агентства рекламы) 3. Анализ целей и задач деятельности по связям с общественностью.

3 этап: организация деятельности структур по рекламе и связям с общественностью: 1.Изучение организационной структуры управления агентств и структурных подразделений по связям с общественностью предприятий. 2. Анализ должностных инструкций положений о структурных подразделениях. 3.Обсуждение особенностей данной организации, подведение предварительных итогов.

4 этап: 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

5 этап: 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

До проведения зачета студент должен руководителю практики от университета сдать отчет по производственной 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 21 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 производственной практике

1. Анализ деятельности структурных подразделений организации по рекламной деятельности и связям с общественностью организации: − анализ, состав, объем выполняемой специальной работы; − анализ собственных информационных ресурсов организации (корпоративные СМИ, сайт, другие Интернет-ресурсы); − анализ опыта взаимодействия организации со СМИ.
2. Изучение нормативно-правовой базы, определяющие работу подразделений по рекламе и связям с общественностью.
3. Характеристика современных технологий взаимодействия со СМИ, используемых организацией.
4. Анализ опыта использования рекламных технологий.
5. Анализ проведения специальных мероприятий в деятельности организации.
6. Анализ опыта использования Интернет-технологий в связях с общественностью.
7. Разработка рекомендаций по проектированию деятельности по рекламе и связям с общественностью организации.
8. Описание полученных умений и навыков за период прохождения учебной практики в электронных или печатных СМИ, трудностей, связанных с выполнением заданий организации объекта практики.
9. Выполнение индивидуальных заданий.

Собственные материалы включаются в **приложение** к отчету по первой производственной практике:

- пресс-релизы;
- макеты рекламы;
- медиаплан;
- материалы для сайта организации;
- сценарии специальных мероприятий;
- аналитические материалы.

Если за период прохождения практики у студента были публикации в газете, то их необходимо приложить к отчету. Авторские публикации заверяются руководителем организации, на кафедру нужно представить номера газет с опубликованными материалами или заверенный руководителем и печатью организации сценарий, проект, макет и т.д.

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.

Васильева, М. Бренд: сила личности [Текст] / М. Васильева, А. Надеин. – СПб.: Питер, 2003. - 208 с.: ил. - (Деловой бестселлер). - ISBN 5-88782-373-9. (эф-10)

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408

Чернатони, Л. Брендинг : как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с. : ил., табл., схем. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

Карпова С.В. Брендинг. Учебник и практикум. –М.: Юрайт, 2016.

Карпова, С. В. Брендинг [Текст] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / С. В. Карпова, И. К. Захаренко; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 440 с. : ил. - (Бакалавр. Прикладной курс).

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

Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие : [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134

Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е. Э. Лалаян. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 456 с. : схем., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684583

Связи с общественностью : теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие : [16+] / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; ред. В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 224 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496006

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. : Агенство "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.

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

http://www.eaeunion.org/- интернет-портал Евразийского экономического Союза (ЕАЭС), официальная информация, органы управления, актуальные события.

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.

http://www.eaeunion.org/- интернет-портал Евразийского экономического Союза (ЕАЭС), официальная информация, органы управления, актуальные события.

Сайты органов власти

http://minsvyaz.ru/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

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

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)

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

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, 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)

Лицензионное программное обеспечение

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 Материально-техническое обеспечение практики

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.