

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной деятельности  
\_\_\_\_\_ С.Т.Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20... г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИК**  
42.03.01/33.01

<b>Перечень сведений о рабочей программе практик</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> 1. Реклама и связи с общественностью	<b>Код ОП</b> 1. 42.03.01/33.01
<b>Направление подготовки</b> 1. Реклама и связи с общественностью	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 42.03.01

Программа практик составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Голубкова Екатерина Александровна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Савчук Галина Анатольевна	кандидат социологических наук, доцент	Заведующий кафедрой	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИК

### 1.1. Аннотация программы практик

Целью модуля является знакомство бакалавров с основными принципами деятельности в профессиональной сфере. Практика проходит на базе предприятий-партнеров программы или в Центре коммуникационных технологий Школы государственного управления и предпринимательства ИнЭУ УрФУ, при необходимости на кафедре. Профессионально-ознакомительная (учебная) практика нацелена на знакомство студента с основами будущей профессии. Профессиональная производственная практика продолжает формирования профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ с учетом индивидуальной траектории обучения студента. Преддипломная производственная практика направлена на завершение формирования профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ.

### 1.2. Структура практик, их сроки и продолжительность

Таблица 1.

№ п/п	Виды и типы практик	Объем практик	
		в неделях	в з.е.
1.	Учебная практика		
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	2	3
2.	Производственная практика		
2.1	Производственная практика, преддипломная	10	15
2.2	Производственная практика, профессиональная	6	9
	<b>Итого:</b>	<b>18</b>	<b>27</b>

### 1.3. Базы практик, форма проведения практик

Таблица 2.

42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Виды и типы практик	Форма проведения практики	Базы практики
1.	Учебная практика		
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	Путем чередования, дискретно	Практика проводится в структурных подразделениях университета.

2.	<b>Производственная практика</b>		
2.1	Производственная практика, преддипломная	Путем чередования, дискретно	<p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.</p> <p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p> <p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) образовательную деятельность.</p>
2.2	Производственная практика, профессиональная	Путем чередования, дискретно	<p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы.</p> <p>Практика проводится в структурных подразделениях университета.</p> <p>Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) образовательную деятельность.</p>

#### 1.4. Процедура организации практик

Порядок планирования, организации и проведения практик, структура и форма документов по организации практик и их аттестации регулируется отдельным положением.

### 1.5. Перечень планируемых к формированию в процессе прохождения практик результатов освоения образовательной программы – компетенций

В результате освоения программ практик у обучающихся будут сформированы следующие компетенции:

Таблица 3.

42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Виды и типы практик	Компетенции
1.	<b>Учебная практика</b>	
1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	<p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>
2.	<b>Производственная практика</b>	
2.1	Производственная практика, преддипломная	<p>ОПК-1 Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p> <p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-3 Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-5 Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и</p>

		<p>межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-ПО Способен решать задачи профессиональной деятельности в проектом формате для достижения заданной цели и создания уникального продукта, услуги или результата с заданным качеством в условиях ограниченности ресурсов (временных, финансовых, человеческих, информационных), осознавая свою роль и ответственность в проекте</p> <p>ПК-ДК Способность решать профессиональные задачи и выполнять трудовую деятельность в определенной профессиональной области в целях расширения профессиональной и социальной мобильности в условиях быстрых изменений на рынке труда, социальной, экономической и геополитической ситуации</p> <p>ПК-1 Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта</p> <p>ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-4 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями,</p>
--	--	---

		<p>технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p> <p>ПК-6 Способен принимать участие в управлении внешними и внутренними коммуникациями фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>ПК-7 Способен принимать участие в разработке и реализации стратегии продвижения марки и бренда на основе анализа данных маркетинговых исследований: ее миссии и видения, коммуникационной и информационной политики, PR-стратегии, корпоративной культуры, имиджа, репутации, бренда</p> <p>ПК-8 Способен применять в профессиональной деятельности по созданию бренда основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> <p>ПК-13 Способен применять различные виды художественной, визуальной и вербальной коммуникации для решения профессиональных задач</p> <p>ПК-14 Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p> <p>ПК-15 Способен к управленческой деятельности, в том числе планировать, организовывать и координировать деятельность коллектива или организации</p> <p>ПК-16 Способен применять предпринимательский подход в профессиональной сфере, формировать и реализовывать новые проектные и бизнес-идеи</p> <p>ПК-17 Способен организовать исследовательскую и аналитическую деятельность, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей в профессиональной сфере</p> <p>ПК-18 Способен эффективно применять инструменты интернет-маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-19 Способен разработать коммуникационную кампанию в сети Интернет</p> <p>ПК-20 Способен учитывать специфику онлайн размещения при создании медийных текстов и медиапродуктов</p> <p>ПК-21 Способен создавать и редактировать медийные тексты разных жанров с учетом специфики канала коммуникации</p>
--	--	--

2.2	Производственная практика, профессиональная	<p>ОПК-2 Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4 Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p> <p>ОПК-5 Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>ОПК-6 Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p> <p>ПК-М Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук</p> <p>ПК-ПО Способен решать задачи профессиональной деятельности в проектом формате для достижения заданной цели и создания уникального продукта, услуги или результата с заданным качеством в условиях ограниченности ресурсов (временных, финансовых, человеческих, информационных), осознавая свою роль и ответственность в проекте</p> <p>ПК-1 Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта</p> <p>ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-4 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>
-----	---	--



		<p>ПК-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p> <p>ПК-13 Способен применять различные виды художественной, визуальной и вербальной коммуникации для решения профессиональных задач</p> <p>ПК-14 Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p> <p>ПК-15 Способен к управленческой деятельности, в том числе планировать, организовывать и координировать деятельность коллектива или организации</p> <p>ПК-16 Способен применять предпринимательский подход в профессиональной сфере, формировать и реализовывать новые проектные и бизнес-идеи</p> <p>ПК-17 Способен организовать исследовательскую и аналитическую деятельность, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей в профессиональной сфере</p> <p>ПК-18 Способен эффективно применять инструменты интернет-маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-19 Способен разработать коммуникационную кампанию в сети Интернет</p> <p>ПК-20 Способен учитывать специфику онлайн размещения при создании медийных текстов и медиапродуктов</p> <p>ПК-21 Способен создавать и редактировать медийные тексты разных жанров с учетом специфики канала коммуникации</p>
--	--	---

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

Таблица 4.

42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Виды и типы практик	Перечень видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, выполняемых в период прохождения практик
1.	Учебная практика	

1.1	Учебная практика, профессионально-ознакомительная	<p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p> <p>Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p>
2.	<b>Производственная практика</b>	
2.1	Производственная практика, преддипломная	<p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p> <p>Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>

		<p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Маркетинговый: Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
--	--	---

		<p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий Маркетинговый; Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта Социально-просветительский : Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>
2.2	Производственная практика, профессиональная	<p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами,</p>

		<p>стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Маркетинговый; Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Социально-просветительский : Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p> <p>Редакторский:</p> <p>Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации</p> <p>Авторский:</p> <p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p> <p>Технологический:</p> <p>Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Маркетинговый;</p> <p>Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Социально-просветительский:</p> <p>Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>
--	--	--

		<p><b>Технологический:</b> Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в сети Интернет с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p><b>Организационный:</b> Организация процесса создания коммуникационного продукта в сети Интернет</p> <p><b>Авторский:</b> Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики онлайн коммуникации</p> <p><b>Социально-просветительский:</b> Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p><b>Редакторский:</b> Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p> <p><b>Маркетинговый:</b> Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p><b>Проектный:</b> Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>Технологический:</b> Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных</p>
--	--	---

		<p>информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Маркетинговый: Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Редакторский:</p>
--	--	--

	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.
--	---

### 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

#### 42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью

##### Электронные ресурсы (издания)

##### Учебная практика

1. Чернышева, Т. Л.; Связи с общественностью (PR) : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> (Электронное издание)

2. Михайлов, Ю. М.; Связи с общественностью по-русски : практическое пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694> (Электронное издание)

3. , Паутов, А. Д., Гаврикова, О. Ю., Елкина, М. В., Пушкарева, Л. Г., Слепцова, Т. В.; Методические рекомендации по подготовке курсовых и дипломных работ по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)» : методическое пособие.; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Омск; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483454> (Электронное издание)

4. Антипов, К. В.; Основы рекламы : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (Электронное издание)

5. Блюм, М. А.; Рекламная деятельность : учебное пособие.; Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), Тамбов; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670> (Электронное издание)

##### Производственная практика

1. Цветкова, Г. С.; Рекламный менеджмент : учебное пособие.; Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305> (Электронное издание)

2. Чернышева, Т. Л.; Связи с общественностью (PR) : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> (Электронное издание)

3. Михайлов, Ю. М.; Связи с общественностью по-русски : практическое пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694> (Электронное издание)

4. , Паутов, А. Д., Гаврикова, О. Ю., Елкина, М. В., Пушкарева, Л. Г., Слепцова, Т. В.; Методические рекомендации по подготовке курсовых и дипломных работ по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)» : методическое пособие.; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Омск; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483454> (Электронное издание)

5. Антипов, К. В.; Основы рекламы : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (Электронное издание)

6. Блюм, М. А.; Рекламная деятельность : учебное пособие.; Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), Тамбов; 2015;



## **Печатные издания**

### **Учебная практика**

1. Коноваленко, В. А.; Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2013 (26 экз.)
2. Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П.; Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры : учебно-практическое пособие.; Высшее образование : Юрайт, Москва; 2009 (13 экз.)
3. Варакута, С. А.; Связи с общественностью : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Менеджмент организации".; ИНФРА-М, Москва; 2009 (8 экз.)
4. Кондратьев, Э. В., Резник, С. Д.; Связи с общественностью : Учеб. пособие для вузов.; Академический Проект, Москва; 2003 (59 экз.)
5. Чумиков, А. Н.; Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие.; Дело, Москва; 2003 (24 экз.)
6. Шарков, Ф. И.; Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций); РИП-холдинг, Москва; 2004 (31 экз.)

### **Производственная практика**

1. Коноваленко, В. А.; Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2013 (26 экз.)
2. Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П.; Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры : учебно-практическое пособие.; Высшее образование : Юрайт, Москва; 2009 (13 экз.)
3. Кондратьев, Э. В., Резник, С. Д.; Связи с общественностью : Учеб. пособие для вузов.; Академический Проект, Москва; 2003 (59 экз.)
4. Чумиков, А. Н.; Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие.; Дело, Москва; 2003 (24 экз.)
5. Шарков, Ф. И.; Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций); РИП-холдинг, Москва; 2004 (31 экз.)

## **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

### **Учебная практика**

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;  
Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;  
Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;  
ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;  
зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>  
электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>  
справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

### **Производственная практика**

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;  
Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;  
Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;  
 зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>  
 электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>  
 справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

### Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

#### Учебная практика

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - [http://book.uraic.ru/el\\_library](http://book.uraic.ru/el_library)

#### Производственная практика

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - [http://book.uraic.ru/el\\_library](http://book.uraic.ru/el_library)

## 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Таблица 5

42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Вид практики	Оснащенность организаций, предоставляющих места практики, оборудованием и техническими средствами обучения	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Учебная практика	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CorelDRAW Graphics Suite 2017 Education Lic (5-50)</p>
2.	Производственная практика	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>CorelDRAW Graphics Suite 2017 Education Lic (5-50)</p>