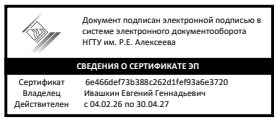
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Р.Е. АЛЕКСЕЕВА» (НГТУ)

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

Выпускающая кафедра Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации
наименование кафедры



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ
_____ Митяков С.Н.
(подпись) *(ф. и. о.)*
«10»_____июня___2023 г.

Рабочая программа Учебная практика
(вид практики)
Б2.У.1 Профессионально-ознакомительная практика
(тип практики)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: Продвижение средств массовой информации

профиль/программа/специализация

Квалификация выпускника: *бакалавр*

очная, заочная форма обучения

г. Нижний Новгород, 2023 г.

Лист согласования рабочей программы практики

Разработчик рабочей программы профессионально-ознакомительной практики

(вид, тип практики)

Доцент, к.э.н. кафедры СОМиК Зайцева Е.А.

Рабочая программа профессионально-ознакомительной практики рассмотрена на заседании кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации»

Протокол заседания от 16.06.2023 № 6

Заведующий кафедрой Зайцева Е.А.

Рабочая программа профессионально-ознакомительной практики утверждена на заседании Учебно-методического совета института ИНЭУ

Протокол заседания от «20»06.2023г. № 5

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий отделом комплектования НТБ _____ Н.И. Кабанина

(подпись) *Ф.И.О.*

Рабочая программа практики зарегистрирована в ОПиТ под номером РППб-42/2023

Начальник ОПиТ _____ Е.В. Троицкая 20.06.2023_____

(дата)

Рабочая программа практики согласована с профильными организациями:

1) ООО «Информационное агентство «Нижний Сейчас»

(название организации)

Раков С.В., директор

(Ф.И.О., должность представителя организации) *(подпись)* *(дата)*

2) «АИФ Нижний Новгород»

(название организации)

Старцева Е.А., Коммерческий директор

(Ф.И.О., должность представителя организации) *(подпись)* *(дата)*

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Вид и форма проведения практики	4
2.	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП	4
3.	Место практики в структуре ОП	8
4.	Объем практики	15
5.	Содержание практики	17
6.	Формы отчетности по практике	20
7.	Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике	22
8.	Учебно-методическое и информационное обеспечение работы студента на практике	22
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики	24
10.	Материально-техническое обеспечение практики	24
11.	Средства адаптации образовательного процесса при прохождении практики к потребностям обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов	24
12.	Особенности проведения практики с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий	24
	Дополнения и изменения в рабочей программе практики	

1. Вид и форма проведения практики

Вид практики – *учебная*
Тип практики – *профессионально-ознакомительная*

Форма проведения практики – дискретно: *концентрированная в семестре*

Время проведения практики: *1 курс, 2 семестр и 2 курс 4 семестр, очная форма и 2 и 3 курс, заочная форма обучения*

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

2.1. В результате прохождения профессионально-ознакомительной практики у обучающегося должны быть сформированы следующие универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, студент должен приобрести следующие практические навыки и умения:

Код компетенции	**Содержание компетенции и ее части**	**Код и наименование Индикатора достижения компетенции** (Планируемые результаты освоения ОП)	**Дискрипторы достижения компетенций** (Планируемые результаты обучения при прохождении практики)
УК- 1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	**ИУК-1.1.** Анализирует задачу, выделяет ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. **ИУК-1.2.** Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.	**Знать:** - методы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2). **Уметь:** - методы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2). **Владеть:** - навыками осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2).

ОПК-1	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиаторах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ИОПК-1.1.** Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке. **ИОПК-1.2.** Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах	**Знать:** - востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2). **Уметь:** - создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и(или) медиапродукты, и(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2). **Владеть:** - профессиональными навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2).
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ИОПК-2.2.** Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы. **ИОПК-2.3.** Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.	**Знать:** - тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - текущие события, аспекты, достойные освещения (ОИПК-2.3). **Уметь:** - учитывать тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ОИПК-2.2); - ориентироваться в текущих событиях, находить темы, достойные освещения (ИОПК-2.3). **Владеть:**

			- навыками использования в работе тенденций развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - навыками освещения текущих событий (ИОПК-2.3).
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**ИОПК-3.1.** Ориентируется в достижениях мировой и отечественной культуры, выделяет и учитывает основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов.	**Знать:** - многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). **Уметь:** - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). **Владеть:** - навыками использования в своей работе многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1).
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	**ИОПК-4.1.** Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	**Знать:** - базовые запросы и потребности общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). **Уметь:** - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). **Владеть:** - навыками определения запросов и потребностей общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1).
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из	**ИОПК-5.1.** Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	**Знать:** - тенденции развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых

	политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	**ИОПК-5.2.** Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2). **Уметь:** - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2). **Владеть:** - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационых систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2).
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	**ИОПК-6.1.** Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности	**Знать:** - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1). **Уметь:** - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1). **Владеть:** - навыками использования в медиакоммуникационной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологий (ИОПК-6.1).
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	**ИОПК-7.1.** Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	**Знать:** - эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1). **Уметь:** - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя

			принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1). **Владеть:** - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1).

3. Место профессионально-ознакомительной практики в структуре ОП

Профессионально-ознакомительная практика является компонентом ОП, реализуемая в форме практической подготовки.

Разделы ОП: профессионально-ознакомительная практика относится к разделу Б.2 Практика

3.1. Дисциплины, участвующие в формировании компетенций УК-1, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7 вместе с производственно-творческой практикой, очная форма обучения

Код и формулировка компетенций	Наименование дисциплин и практик. Коды индикаторов																																												
	Б1.Б1.13 Гражданское общество и социальное государство	*Б1.Б.2.1 История*	*Б1.Б.2.3 Русский язык и культура речи*	*Б1.Б.3.2 Информационные технологии и базы данных в прикладных*	*Б1.Б.2.4 Мировая литература и искусство*	*Б1.Б.6.1 Введение в коммуникационные специальности*	*Б1. Б2.2.1Иностранный язык*	*Б1. Б2.2.1Иностранный язык*	*Б1.Б.1.2 Маркетинг*	*Б1.Б.1.4 Экономика*	*Б1.Б.1.5 Философия*	*Б1.Б.6.5 Теория и практика массовой информации*	*Б1.Б.6.16 История рекламы и связей с общественностью*	***Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика***	*Б1.Б.1.6 История и философия науки*	*Б1.Б.1.7 Социальная философия конфликта*	*Б1.Б.1.9 Социология религии*	*Б1.Б.6.2 Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации*	*Б1.Б.6.5 Теория и практика массовой информации*	*Б1.Б.6.15 Межкультурные коммуникации*	*Б1.Б6.9 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе*	*Б1.Б 6.4 Теория и практика рекламы*	*Б1.Б.1.3 Политология*	*Б1.Б.6.7 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы*	*Б1.Б.1.1 Социология*	*Б1.Б.6.11 Социология рекламы и связей с общественностью*	***Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика***	*Б1.Б 6.4 Теория и практика рекламы*	*Б1.Б.1.8 Международные отношения*	*Б1.Б.6.17 Основы корпоративной культуры*	*Б1.Б.3.1 Цифровые коммуникации*	*Б1.Б.6.12 Психология рекламы и связей с общественностью*	*Б1.Б6.13 Организация и проведение коммуникационных кампаний*	*Б1.Б.6.6 Интегрированные коммуникации*	*Б1.Б.6.18 Выставочная работа*	*Б2.П.1 Профессионально-творческая практика*	*Б1.Б.6.14 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью*	*Б1.Б.6.10 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью*	*Б1.Б.6.20 Основы бренд-менеджмента*	*Б1.Б.6.22 Современная пресс-служба*	*Б1.Б.6.8 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы*	*Б1.Б.6.19 Антикризисные связи с общественностью*	*Б1.Б.6.21 Безопасность в сетевом обществе*	*Б2.П.1 Профессионально-творческая практика*	*Б2.П.2 Преддипломная практика*	*Б3.Д.1 Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР*
	1 семестр							*2семестр*							*3 семестр*						*4 семестр*							*5 семестр*				*6 семестр*					*7 семестр*							*8 семестр*		
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		***ИУК-1.1***									***ИУК-1.1***			***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***							***ИУК-1.1***				***ИУК-1.1***									***ИУК-1.1***								***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***
ОПК-1 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных			***ИОПК-1.1***				***ИОПК-1.1И***	***ИОПК-1.1ИО***						***ИОПК-1.1***				***ИОПК-1.1 ИОПК-1.2***	***ИОПК-1.1***		***ИОПК-1.1И***	***ИОПК-1.1***					***ИОПК-1.1И***	***ИОПК-1.1***																		***ИОПК-1.1***

институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиаторах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах			*ИОПК-1.2*				*ОПК-1.2*	*ПК-1.2*						*ИОПК-1.2*					*ИОПК-1.2*		*ОПК-1.2*	*ИОПК-1.2*					*ОПК-1.2*	*ИОПК-1.2*																		*ИОПК-1.2*
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*													*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*			*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*					*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*			*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*						*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*			*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*								*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов					*ИОПК-3.1*									*ИОПК-3.1*						*ИОПК-3.1*	*ИОПК-3.1*						*ИОПК-3.1*												*ИОПК-3.1*							*ИОПК-3.1*
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности						*ИОПК-4.1*			*ИОПК-4.1*					*ИОПК-4.1*								*ИОПК-4.1*				*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*			*ИОПК-4.1*				*ИОПК-4.1*
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции						*ИОПК-5*				*ИОПК-5*			*ИОПК-5*	*ИОПК-5*				*ИОПК-5.1 ИОПК-5.2*	*ИОПК-5*	*ИОПК-5*			*ИОПК-5*	*ИОПК-5*			*ИОПК-5.*		*ИОПК-5*				*ИОПК-5*				*ИОПК-5*	*ИОПК-5*		*ИОПК-5*	*ИОПК-5*	*ИОПК-5.*				*ИОПК-5*

развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования						*. 1 ИОПК-5.2*				*. 1 ИОПК-5.2*			*. 1 ИОПК-5.2*	*. 1 ИОПК-5.2*					*. 1 ИОПК-5.2*	*. 1 ИОПК-5.2*			*. 1 ИОПК-5.2*	*. 1 ИОПК-5.2*			*1 ИОПК-5.2*		*. 1 ИОПК-5.2*				*. 1 ИОПК-5.2*				*. 1 ИОПК-5.2*	*. 1 ИОПК-5.2*		*. 1 ИОПК-5.2*	*. 1 ИОПК-5.2*	*1 ИОПК-5.2*				*. 1 ИОПК-5.2*
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности				*ИОПК-6.1*										*ИОПК-6.1*								*ИОПК-6.1*					*ИОПК-6.1*	*ИОПК-6.1*			*ИОПК-6.1*				*ИОПК-6.1*											*ИОПК-6.1*
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности												*ИОПК-6.1*		*ИОПК-7.1.*					*ИОПК-7.1*					*ИОПК-7.1*			*ИОПК-7.1.*			*ИОПК-7.1*				*ИОПК-7.1*							*ИОПК-7.1*	*ИОПК-7.1*	*ИОПК-7.1*			*ИОПК-7.1.*

Дисциплины, участвующие в формировании компетенций УК-1, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7 вместе с профессионально-ознакомительной практикой, заочная форма обучения

Код и формулировка компетенций	Наименование дисциплин и практик. Коды индикаторов																																												
	Б1.Б1.13 Гражданское общество и социальное государство	*Б1.Б.2.1 История*	*Б1.Б.2.3 Русский язык и культура речи*	*Б1.Б.3.2 Информационные технологии и базы данных в прикладных*	*Б1.Б.2.4 Мировая литература и искусство*	*Б1.Б.6.1 Введение в коммуникационные специальности*	*Б1. Б2.2.Иностранный язык*	*Б1.Б.1.4 Экономика*	*Б1.Б.6.16 История рекламы и связей с общественностью*	*Б1.Б.1.5 Философия*	*Б1.Б.1.6 История и философия науки*	***Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика***	*Б1.Б.1.2 Маркетинг*	*Б1.Б.1.3 Политология*	*Б1.Б.6.5 Теория и практика массовой информации*	*Б1.Б.1.7 Социальная философия конфликта*	*Б1.Б.1.9 Социология религии*	*Б1.Б.6.2 Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации*	*Б1.Б.6.5 Теория и практика массовой информации*	*Б1.Б.6.15 Межкультурные коммуникации*	*Б1.Б6.9 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе*	*Б1.Б.1.1 Социология*	***Б2.У1 Профессионально-ознакомительная практика***	*Б1.Б.1.8 Международные отношения*	*Б1.Б 6.4 Теория и практика рекламы*	*Б1.Б.6.11 Социология рекламы и связей с общественностью*	*Б1.Б.6.7 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы*	*Б1.Б.6.17 Основы корпоративной культуры*	*Б1.Б.3.1 Цифровые коммуникации*	*Б1.Б.6.12 Психология рекламы и связей с общественностью*	*Б1.Б 6.4 Теория и практика рекламы*	*Б1.Б.6.8 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы*	*Б1.Б6.13 Организация и проведение коммуникационных кампаний*	*Б1.Б.6.6 Интегрированные коммуникации*	*Б1.Б.6.18 Выставочная работа*	*Б2.П.1 Профессионально-творческая практика*	*Б1.Б.6.19 Антикризисные связи с общественностью*	*Б1.Б.6.21 Безопасность в сетевом обществе*	*Б1.Б.6.20 Основы бренд-менеджмента*	*Б1.Б.6.22 Современная пресс-служба*	*Б1.Б.6.14 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью*	*Б1.Б.6.10 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью*	*Б2.П.1 Профессионально-творческая практика*	*Б2.П.2 Преддипломная практика*	*Б3.Д.1 Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР*
	1 курс												*2 курс*												*3 курс*						*4 курс*								*5 курс*						
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		***ИУК-1.1***								***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***		***ИУК-1.1***		***ИУК-1.1***							***ИУК-1.1***													***ИУК-1.1***							***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***	***ИУК-1.1***
ОПК-1 Способен учитывать тенденции развития общественных и			***ИОПК-1***				***ИОПК-1.***					***ИОПК-1***						***ИОПК-1.1 ИОПК-1.2***	***ИОПК-1***		***ИОПК-1.1 И***		***ИОПК-1***		***ИОПК-***						***ИОПК-1***														***ИОПК-1.1 ИОПК-1.2***

государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиаторах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах			*.1 ИОПК-1.2*				*1 ИОПК-1.2*					*.1 ИОПК-1.2*							*.1 ИОПК-1.2*		*ОПК-1.2*		*.1 ИОПК-1.2*		*1.1 ИОПК-1.2*						*.1 ИОПК-1.2*														
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*											*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*					*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*					*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*		*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*							*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*							*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*	*ИОПК-2.2.ИОПК-2.3*			*ИОПК-2.2. ИОПК-2.3*
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов					*ИОПК-3.1*							*ИОПК-3.1*								*ИОПК-3.1*	*ИОПК-3.1*		*ИОПК-3.1*																*ИОПК-3.1*						*ИОПК-3.1*
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности						*ИОПК-4.1*						*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*										*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*		*ИОПК-4.1*	*ИОПК-4.1*			*ИОПК-4.1*
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности						*ИОПК-*		*ИОПК-*	*ИОПК-*			*ИОПК-*		*ИОПК-*				*ИОПК-5.1 ИОПК*	*ИОПК-*	*ИОПК-*			*ИОПК-*	*ИОПК-*			*ИОПК-*					*ИОПК-*	*ИОПК-*				*ИОПК-*			*ИОПК-*	*ИОПК-*	*ИОПК-*			*ИОПК-5.1 ИОПК-5.2*

тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования						*5.1 ИОПК-5.2*		*5.1 ИОПК-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*			*5.1 ИОПК-5.2*		*5.1 ИОПК-5.2*				*-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*			*5.1 ИОПК-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*			*5.1 ИОПК-5.2*					*5.1 ИОПК-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*				*5.1 ИОПК-5.2*			*5.1 ИОПК-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*	*5.1 ИОПК-5.2*			
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности				*ИОПК-6.1*								*ИОПК-6.1*											*ИОПК-6.1*		*ИОПК-6.1*				*ИОПК-6.1*		*ИОПК-6.1*				*ИОПК-6.1*										*ИОПК-6.1*
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности												*ИОПК-7.1*							*ИОПК-7.1*				*ИОПК-7.1.*				*ИОПК-7.1*	*ИОПК-7.1*				*ИОПК-7.1*		*ИОПК-7.1*			*ИОПК-7.1*	*ИОПК-7.1*							*ИОПК-7.1.*

3.2. Входные требования, необходимые для освоения программы профессионально-ознакомительной практики:

Знать:

- основные принципы, правила и методы построения устной коммуникации на русском и иностранных языках;
- основные принципы, правила и методы построения коммуникации в письменной форме русском и иностранных языках;
- основные принципы, правила и методы построения межличностного и межкультурного взаимодействия;
- понятие и сущность «толерантность»;
- понятие и сущность «социальная толерантность», «этническая толерантность», «конфессиональная толерантность», «культурная толерантность»;
- правила и принципы работы в коллективе;
- методы организации работы коллектива;
- приемы кооперации с коллегами и интеграции коллектива;
- приемы, методы, технологии самоорганизации и самообразования;
- специфику и обеспечение работы подразделения (специалиста, организации в целом, проектной команды) по рекламе и связям с общественностью в следующих областях;
-специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- основные методы и приемы работы в, отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

Уметь:

- выстраивать устную коммуникацию на русском и иностранных языках;
- выстраивать коммуникацию в письменной форме русском и иностранных языках;
- правильно выстраивать межличностное и межкультурное взаимодействие;
- работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- избегать конфликтных ситуаций в коллективе;
- использовать приемы, методы, технологии самоорганизации и самообразования;
- быстро адаптироваться к социальным и профессиональным изменениям;
- под контролем осуществлять исследовательские, организаторские, экспертные и проектные функции в различных профессиональных сферах деятельности;
- осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

Владеть:

- навыками построения устной коммуникации на русском и иностранных языках;
- навыками построения коммуникации в письменной форме русском и иностранных языках;
- навыками построения межличностного и межкультурного взаимодействия;
- навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- навыками устранения конфликтных ситуаций в коллективе;
- на практике приемами и технологиями самоорганизации и самообразования;
- навыками адаптации к социальным и профессиональным изменениям;
- навыками осуществления под контролем исследовательской, организаторской, экспертной и проектной деятельности в различных профессиональных сферах: государственной, обществен-ной, коммерческой, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, эконо-мики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- техниками и технологиями работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.

3.3. Профессионально-ознакомительная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

4. Объем практики

4.1. Продолжительность практики – 4 недели (2 недели и 2 недели)

Общая трудоемкость (объем) практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов

4.2. Этапы практики
График профессионально-ознакомительной практики
при прохождении практики в профильной организации

№№ п/п	Этапы практики	Трудоемкость в часах		
		Контактная работа с рук-лем от кафедры	*Контактная работа с рук-лем от проф.орг-ции*	*Самостоятельная работа студента*
1.	**Подготовительный (организационный) этап**			
1.1.	Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий и путевок на практику	**8**		**6**
1.2.	Ознакомление студентов с программой практики	**8**		**6**
1.3.	Разработка рабочего графика (плана) проведения практики	**16**	**8**	**6**
1.4.	Оформление пропусков на предприятия		**4**	**6**
1.5.	Прохождение инструктажа поохране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии, правилам внутреннего трудового распорядка		**4**	**6**
2.	**Основной (производственный) этап**			
2.1	Знакомство с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью		**8**	**6**
2.2	Анализ программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых на предприятии		**8**	**6**
2.3	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления		**16**	**6**
2.4	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления		**16**	**6**
2.5	Приобретение навыков работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет-маркетолога, PR - специалиста)		**8**	**6**
2.6	Выполнение индивидуального задания		**8**	**6**
3.	**Заключительный этап**			
3.1	Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры	**8**		**6**
3.2	Формирование отчетной документации, написание отчета по практике			**10**
3.3.	Защита отчета по практике	**8**		**6**
	ИТОГО:	**48**	**80**	**88**
	ИТОГО ВСЕГО:	**216**		

График профессионально-ознакомительной практики
при прохождении практики на кафедре

№№ п/п	Этапы практики	Трудоемкость в часах	
		Контактная работа с рук-лем от кафедры	*Самостоятельная работа студента*
1.	**Подготовительный (организационный) этап**		
1.1.	Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий	**8**	***6***
1.2.	Ознакомление студентов с программой практики	**8**	***6***
1.3.	Разработка рабочего графика (плана) проведения практики	**24**	***6***
1.4.	Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии	**8**	***12***
2.	**Основной этап**		
2.1	Знакомство с организацией и функционированием службы по рекламе и связям с общественностью	**8**	**6**
2.2	Анализ программ и проектов в сфере маркетинга и PR, реализуемых в образовательном учреждении	**8**	**6**
2.3	Участие в разработке разного рода профессиональной документации, используя правила ее создания, редактирования и оформления	**16**	**6**
2.4.	Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, анализ методов и средств реализации этих программ	**16**	**6**
2.5.	Приобретение навыков работы в должности (специалиста по рекламе и маркетингу, интернет- маркетолога, PR - специалиста)	**8**	**6**
2.6	Выполнение индивидуального задания	**8**	**6**
3.	**Заключительный этап**		
3.1	Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры	**8**	**6**
3.2	Формирование отчетной документации, написание отчета по практике		**10**
3.3.	Защита отчета по практике	**8**	**6**
	ИТОГО:	**128**	**88**
	ИТОГО ВСЕГО:	**216**	

5. Содержание профессионально-ознакомительной практики

Обучающиеся в период прохождения практики выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой практики, соблюдают правила внутреннего распорядка, соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

Содержание практики соотносится с видом и задачами профессиональной деятельности, определяемой ОП:

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Связь, информационные и коммуникационные технологии	маркетинговая	продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	организационная	организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

Основные места проведения практики:

Одними из наиболее значимых работодателей, с которыми осуществляется взаимодействие при проведении практик, являются следующие профильные организации:

- Центр туристического образования, исследований и взаимодействия с туриндустрией Института международных отношений и мировой истории Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского;
- АиФ в Нижнем Новгороде;
- ПАО «Сбербанк»;
- ООО «Мир Зеркал»

Студенты также могут проходить практику в организациях по месту трудовой деятельности при условии, что профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Студенты также могут проходить практику на кафедре при условии, что профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Во время прохождения практики студент обязан:

Ознакомиться:

- со спецификой организации работы и деятельности предприятия в сфере рекламы и связей с общественностью;
- с различными способами устной и письменной коммуникации на предприятии в связи с реализацией профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- с историей становления и развития предприятия/отдела по рекламе и связям с общественностью;
- с основной сферой деятельности предприятия в области рекламы;
- с основной сферой деятельности предприятия в области связей с общественностью;
- с культурными и социальными различиями потребителей услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;
- с общей схемой взаимодействия целевой аудитории рекламы и PR и предприятия;
- с должностными обязанностями работников предприятия/отдела в области рекламы и связей с общественностью..

Изучить

- особенности организации работы и деятельности предприятия в сфере рекламы и связей с общественностью;
- различные способы устной и письменной коммуникации на предприятии в связи с реализацией профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- историю становления и развития предприятия/отдела по рекламе и связям с общественностью;
- основную сферу деятельности предприятия в области рекламы;
- основную сферу деятельности предприятия в области связей с общественностью;
- культурные и социальные различия потребителей услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;
- общую схему взаимодействия целевой аудитории рекламы и PR и предприятия;
- должностные обязанности работников предприятия/отдела в области рекламы и связей с общественностью.

Выполнить следующие виды работ по приобретению практических навыков, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

- анализ деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью;
- изучение способов устной и письменной коммуникации на предприятии в связи с реализацией профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- изучение схемы предоставления услуг на конкретном предприятии в сфере рекламы и связей с общественностью;
- исследование истории становления и развития предприятия/отдела по рекламе и связям с общественностью;
- анализ основной сферы деятельности предприятия в области рекламы;

- анализ основной сферы деятельности предприятия в области связей с общественностью;
- изучение культурных и социальных различий потребителей услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;
- знакомство с общей схемой взаимодействия целевой аудитории рекламы и PR и предприятия;
- анализ должностных обязанностей работников предприятия/отдела в области рекламы и связей с общественностью.
- индивидуальные задания руководителя по практике от предприятия.

Собрать материал по разделам отчета, по теме индивидуального задания от руководителя практики, по теме индивидуального задания руководителя по практике от предприятия для подготовки отчета по практике.

Примерные темы индивидуальных заданий:

1. Сбор и анализ материала по общей схеме работы конкретного предприятия в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Анализ должностных обязанностей работников предприятия в сфере рекламы и связей с общественностью (должность конкретизируется в названии темы).
3. Анализ основной сферы деятельности предприятия в области связей с общественностью (сфера конкретизируется в названии темы).
4. Анализ основной сферы деятельности предприятия в области рекламы (сфера конкретизируется в названии темы).
5. Должностные инструкции и нормативы работника рекламы и связей с общественностью.
6. Состав и структура предприятия/отдела по рекламе и связям с общественностью.
7. Описание схемы предоставления услуг на конкретном предприятии в сфере рекламы и связей с общественностью.
8. Особенности деятельности предприятия/отдела по рекламе и связям с общественностью.
9. История становления и развития предприятия/отдела по рекламе и связям с общественностью.
10. Изучение культурных, социальных и этнические различий потребителей рекламных и PR услуг предприятия (можно выбрать один критерий исследования).

6. Формы отчетности по практике

Организация проведения практик, предусмотренных ОП ВО, осуществляется на основе договоров о практической подготовке обучающихся между НГТУ и профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

Направление студентов на практику осуществляется путем издания соответствующих приказов ректора, в которых указываются места прохождения практики каждого обучающегося, вид и сроки прохождения практики, руководители практики от НГТУ и от профильной организации.

При проведении практики в профильной организации руководителем практики от НГТУ и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики.

Отчетные документы по практике включают в себя:

- индивидуальное задание, согласованное с руководителем практики от предприятия;
- совместный рабочий график (план) проведения практики;
- отчет студента по прохождению практики;
- подтверждение с места практики (ответная часть бланка путевки) или характеристика (отзыв) руководителя практики от предприятия.

Форма промежуточной аттестации по практике – зачет

Требования к содержанию и оформлению отчета

Отчет по практике должен включать:

1. Краткую характеристику компетенций (универсальных, общепрофессиональных и профессиональных), формируемых у студента в результате прохождения практики, выраженную в форме необходимых практических навыков, умений и знаний.
2. Индивидуальное задание на практику, которое разрабатывается в совместно с руководителем от кафедры.
3. Место и время прохождения практики.
4. Должность студента, в которой он проходил практику.
5. Календарный график и программа практики.
6. Содержательную часть, которая соответствует индивидуальному заданию и требованиям программы практики:
   - характеристику организации в целом и непосредственно самого отдела, в котором студент практиковался, его должностные обязанности.
   - описание организации работы в процессе практики;
   - описание выполненной работы по разделам программы практики;
   - описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
   - указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
   - характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения практики;
   - практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания;
   - анализ полученных результатов.
7. В заключении приводится краткая характеристика практических навыков и умений, соответствующих компетенциям из программы практики по конкретной ОПОП, приобретенных в ходе практики.

Объем отчета должен составлять не менее 10–15 листов (без приложений) (шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный, все поля – 2 см, отступ - 1 см, выравнивание – по ширине, таблицы и схемы располагаются по тексту и нумеруются по разделам). Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается.

Сроки и формы проведения защиты отчета

По окончании практики каждый студент составляет *письменный отчет и представляет его на кафедру руководителю* строго по графику сдачи отчетов и только в отведенные для этого консультативные часы и дни рабочей недели (по договорѐнности).

Отчеты проверяет *руководитель практики от выпускающей кафедры*.

Руководитель практики от выпускающей кафедры принимает зачет и проставляет отметку о нем в зачетной книжке и в экзаменационной ведомости.

Студенты, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, не допускаются до сессии.

Студенты, не справившиеся с программой практики по уважительной причине, направляются на практику вторично (в свободное от учебы время).

Защита отчетов по практике назначается согласно учебному графику и проводится в присутствии руководителя по практике от выпускающей кафедры в день зачета по практике. Защита отчетов по практике проводится в устной форме с использованием иллюстративного материала, возможно использование мультимедийного оборудования. Во время защиты студент должен полностью отразить свою деятельность во время прохождения практики, показать проведенную научно-исследовательскую и практическую работу.

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по практике

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по всем видам и типам практик, предусмотренных учебным планом по данной ОП ВО, оформляются отдельным документом в качестве Приложения к РПП.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение работы студента на практике

Указать основную и дополнительную литературу по темам практики, Интернет-ресурсы, а также другое необходимое на различных этапах проведения практики учебно-методическое и информационное обеспечение.

8.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Семѐнова, Л.М.	Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	С.-Петерб. гос. эконом. ун-т. – М., 2019. – 141 с. Гриф: УМО ВО	1
2	Десяева, Н.Д.	Академическая коммуникация: учебник для магистратуры	Моск. гор. пед. ун-т. – 2-е изд. – М., 2019. – 150 с.	1
3	Дзялошинский, И.М., Пильгун М.А.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов	НИУ «ВШЭ». – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 345 с. Гриф: УМО ВО	1
4	Коровина Е.В.	Организация и проведение коммуникационных кампаний: Учеб.пособие	НГТУ им.Р.Е.Алексеева. - Н.Новгород : [Изд-во ННГУ], 2020. - 109 с. - ISBN 978-5-502-01352-9	2
5	под.ред. проф. Горохова В.М.	Связи с общественностью в системе коммуникаций. Монография	М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2019 — Текст: электронный –	a36ffb4659dfd24a718f008811bbadd1.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)
6	Жильцова, О.Н., Синяева, И.М., Жильцов, Д.А.	Рекламная деятельность. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры.	Рекомендовано УМО ВО — Текст: электронный	https://fictionbook.ru/author/olga_nikolaevna_jilcova/reklamnaya_deyatelnost_uchebnik_i_prakti/
7	Селезнева, Л. В.	Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов	Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный	https://avidreaders.ru/read-book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-uchebnoe.html
8	Боресков, А.В., Шикин, Е.В.	Компьютерная графика	М.: Юрайт, 2018 — Текст: электронный	https://static.my-shop.ru/product/pdf/206/2054296.pdf

9	Колесниченко, А. В.	Техника и технология СМИ. Подготовка текстов.	М.: Издательство Юрайт, 2019. — 292 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02290-2. — Текст: электронный	]. 2676530.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы)	Заглавие	Издательство, год издания, гриф	Количество экземпляров в библиотеке
1	Митрошенков, О.А.	Деловое общение: эффективные переговоры: практич. пособие	РАНХиГС. – 2-е изд. – М., 2019. – 315 с.	1
2	Трищенко, Д.А.	Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для академ. бакалавриата	Белгород. ун-т кооперации, экономики и права. – М., 2019. – 177 с. Гриф: УМО ВО	1
3	Зельдович, Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов	Моск. политехн. ун-т. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 293 с. Гриф: УМО ВО	1
4	Фадеева, Е.Н., Сафронов, А.В., Красильникова, М.А.	Связи с общественностью. Учебник и практикум.	М.: Юрайт, 2017 — Текст: электронный	2069852.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)
5	Томал, Р.	Основы web-дизайна. Руководство.		Tomal_Osnovy-Web-Dizayna-Rukovodstvo_RuLit_Me_613948.pdf - Яндекс.Документы (yandex.ru)

8.3. Нормативно-правовые акты:

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НГТУhttps://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/upravleniya/umu/docs/norm_docs_ngtu/polog_kontrol_yspev.pdf

Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в НГТУhttps://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/upravleniya/umu/otdel_practiki/polozh-prakt-op-vo.pdf?01-10

8.4. Ресурсы сети «Интернет»:

Ресурсы системы федеральных образовательных порталов

1. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент: http://ecsocman.hse.ru

2. Научно-техническая библиотека НГТУ

Электронный адрес: http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/index.html

Электронный каталог книг: http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/index.html

Электронный каталог периодических изданий: http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/index.html

Информационная система доступа к каталогам библиотек сферы образования и науки ЭКБСОН:http://www.vlibrary.ru

Электронные библиотечные системы:

— ЭБС «Консультант студента» (Электронная библиотека технического ВУЗа): http://www.studentlibrary.ru

— ЭБС «Лань» (Электронная библиотека технического ВУЗа): https://e.lanbook.com/

— ЭБС «Юрайт» (Электронная библиотека технического ВУЗа): https://urait.ru/

— E-LIBRARY.ru: http://elibrary.ru/defaultx.asp

3. Электронная библиотека:

http://cdot-nntu.ru/wp/электронный-каталог/

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

— Электронная библиотека учебников: **http://studentam.net/content/category/1/48/57/**

— Русский гуманитарный интернет – университет. Крупная бесплатная электронная библиотека российского Интернета: http://sbiblio.com/biblio/

— Реклама. Маркетинг. PR.: https://www.gup.ru/education/library/links/www.sostav.ru

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики

Перечень информационных технологий

–Подготовка отчета по практике.

–Проверка отчета и консультирование посредством электронной почты.

–Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

–Поисковая работа с использованием сети Интернет

Практика предполагает использование информационных технологий как вспомогательного инструмента для выполнения задач, таких как:

– оформление учебных работ, отчетов.При подготовке выступления к защите отчета по практике может быть использовано приложение Power Point офисного пакета MS Office для создания мультимедийных презентаций;

– демонстрация дидактических материалов с использованием мультимедийных технологий;

– использование электронной образовательной среды университета;

– использование специализированного программного обеспечения. Для создания и обработки графических изображений может быть использован графический редактор Gimp (The GNU Image Manipulation Program), свободно распространяемый в информационном пространстве аналог Adobe Photoshop;

– организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

ЭБС, профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ИПС «Законодательство России» - http://pravo.fso.gov.ru/ips.html

СПС «КонсультантПлюс» (в локальной сети ВУЗа)

E-LIBRARY.ru: http://elibrary.ru/defaultx.asp

Электронные библиотечные системы:

— ЭБС «Консультант студента» (Электронная библиотека технического ВУЗа): http://www.studentlibrary.ru

— ЭБС «Лань» (Электронная библиотека технического ВУЗа): https://e.lanbook.com/

— ЭБС «Юрайт» (Электронная библиотека технического ВУЗа): https://urait.ru/

Профессиональная база данных по рекламе и связям с общественностью:

— Электронная библиотека учебников: **http://studentam.net/content/category/1/48/57/**

— Русский гуманитарный интернет – университет. Крупная бесплатная электронная библиотека российского Интернета: http://sbiblio.com/biblio/

— Реклама. Маркетинг. PR.: https://www.gup.ru/education/library/links/www.sostav.ru

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	**Программное обеспечение свободного распространения**
MicrosoftWindows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

10. Материально-техническое обеспечение практики

Практика организуется на базе профильных организаций, с которыми заключены договоры о практической подготовке обучающихся, и которые обладают необходимой материально-технической базой:

Научно-исследовательское, производственное оборудование, измерительные и вычислительные комплексы, программное обеспечение и другое материально-техническое обеспечение, необходимое для полноценного прохождения практики на конкретном предприятии: корпоративные информационные системы предприятия, операционные системы, офисные информационные системы.

По месту прохождения практики в профильной организации обучающимся предоставлено рабочее место, оборудованное необходимыми средствами для работы с документами и подготовки письменных материалов к отчету.

При проведении практики на кафедре используются:

— учебные аудитории для проведения консультаций с научным руководителем практики по кафедре, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

— помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную. информационно-образовательную среду НГТУ.

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенностьаудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	**6302** учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	Комплект демонстрационного оборудования: • ПК, с выходом на мультимедийный проектор, на базе AMD Athlon 2.8 Ггц, 4 Гб ОЗУ, 250 ГБ HDD, монитор 19” – 1шт. • Мультимедийный проектор Epson- 1 шт; • Экран – 1 шт.; Набор учебно-наглядных пособий	• Microsoft Windows7 (подписка DreamSpark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14) • Gimp 2.8 (свободное ПО, лицензия GNU GPLv3); • Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); • Open Office 4.1.1 (свободное ПО, лицензия Apache License 2.0) • Adobe Acrobat Reader (FreeWare); • 7-zip для Windows (свободнораспространяемое ПО, лицензиея GNU LGPL); Dr.Web (Сертификат №EL69-RV63-YMBJ-N2G7 от 14.05.19).

11. Средства адаптации образовательного процесса при прохождении практики к потребностям обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участник дистанционного обучения, проведения семинаров, выступление с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет, проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.

В таблице указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации»https://www.nntu.ru/sveden/accenv/

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

Конкретное содержание программы практики и условия ее организации и проведения для обучающихся с ОВЗ и инвалидов разрабатывается при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий.

12. Особенности проведения практики с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При необходимости, практика может быть организована частично без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации либо в вузе (дистанционная форма).

Примерный календарный график практики может предусматривать проведение организационного и производственного этапа с использованием дистанционных образовательных технологий: бесплатное проприетарное программное обеспечение с закрытым кодом, обеспечивающее текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами (IP-телефония) ZOOM, Skype.

Для организации дистанционной работы разрабатываются и направляются студентам индивидуальное задание на практику, график проведения практики.

Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, которые будут выполняться обучающимися в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики как со стороны вуза, так и со стороны профильной организации:

1. Проведение собрания студентов; выдача индивидуальных заданий
2. Ознакомление студентов с программой практики
3. Разработка рабочего графика (плана) проведения практики
4. Прохождение инструктажа по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии
5. Анализ и обобщение полученной информации, консультации с руководителем практики от кафедры
6. Формирование отчетной документации, написание отчета по практике
7. Защита отчета по практике

В случае осуществления практики в дистанционной форме, отчѐт направляется студентом в электронном виде руководителю практики для контроля и согласования. Защита отчета по практике осуществляется в этом случае посредством дистанционных образовательных технологий.

При осуществлении образовательного процесса могут использоваться следующие дистанционные образовательные технологии:

- система управления обучением Moodle НГТУ;
- веб-конференций (для проведения лекций и консультаций);
- обмен документами и материалами через электронную почту.