
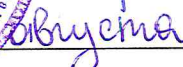


МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО
ТРАНСПОРТА (РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

УТВЕРЖДАЮ



Первый
проректор-проректор
по учебной работе

 Н.Н. Сухих
 2017 года

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению профессиональных умений и опыта
профессиональной деятельности)

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность программы (профиль, специализация)
Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт)

Квалификация выпускника:
бакалавр

Форма обучения:
очная

Санкт-Петербург
2017

1 Цели производственной практики

Целью производственной практики является получение профессиональных умений и опыта по коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической профессиональной деятельности по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».

2 Задачи производственной практики

Задачами производственной практики являются:

- 1 Получение опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью
- 2 Овладение умениями и опытом работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
- 3 Овладение навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- 4 Изучение организации выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- 5 Сбор и обработка статистического материала по деятельности организации, проведение маркетингового исследования, социологического опроса, подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практики.
- 6 Получение профессиональных умений и опыта в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- 7 Получение профессиональных умений и опыта в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- 8 Получение профессиональных умений и опыта при разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- 9 Получение профессиональных умений и опыта в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- 10 Получение профессиональных умений и опыта написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3 Формы и способы проведения производственной практики

Производственная практика проводится дискретно, по периодам проведения практики – путем чередования в графике учебного процесса периодов учебного времени (в неделях) для проведения практики с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий (4 семестр, 6 семестр)

Способы проведения производственной практики:

- стационарная (в структурных подразделениях Университета: на кафедрах и факультетах, учебно-производственных мастерских, других научно-образовательных подразделениях Университета;

в профильных организациях, расположенных на территории Санкт-Петербурга и его ближайших пригородах)

- выездная (в профильных организациях, расположенных вне Санкт-Петербурга).

4 Перечень планируемых результатов

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения на производственной практике
способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);	Знать: -основные профессиональные технологии для выполнения профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Уметь: -выполнять основные профессиональные функции под контролем наставника, руководителя от предприятия в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Владеть: -навыками выполнения под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.
владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);	Знать: - основные концепции рекламы и связи с общественностью, технологии обработки, сегментирования, производства и распространения рекламной продукции и с использованием различных информационных,

	<p>технологических средств связи;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать основными концепциями рекламы и связи с общественностью, технологиями обработки, сегментирования, производства и распространения рекламной продукции на различных носителях и средствах распространения информации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции.
<p>умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведущие технологии и методы проведения рекламных, коммуникационных и других мероприятий в сфере рекламы и пиара; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять рекламные и коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования, сегментирования и проведения рекламных, коммуникационных и других мероприятий в сфере рекламы и пиара.
<p>Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> основные технологии и механизмы планирования, используемые при проведении коммуникационных кампаниях для обеспечения внутренней и внешней коммуникации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> сравнивать различные технологии СО, понимать целесообразность использования той или иной технологии для различных типов организаций, видеть особенности работы с внешним и внутренним окружением организации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> Методами, способами и средствами для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.
<p>Способностью принимать участие в</p>	<p>Знать:</p>

<p>планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)</p>	<p>- базовые характеристики и профессиональные термины в планировании и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - механизмы планирования и проведения коммуникационных кампаний Уметь : использовать потоки информационного взаимодействия в процессе организации и проведения кампаний; Владеть: технологиями организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий</p>
<p>Способностью организовывать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);</p>	<p>Знать: - специфику подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; Уметь: Подготавливать для распространения рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; Владеть: -навыками организации, планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
<p>способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);</p>	<p>Знать: - теоретические основы проведения маркетинговых исследований; Уметь: - использовать технологии и методы маркетинговых исследований; Владеть: -методами и технологиями проведения маркетинговых исследований.</p>
<p>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров,</p>	<p>Знать: -профессиональную терминологию, формы и виды аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p>

прогнозов (ПК-11)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -организовывать статистические данные для написания аналитических справок, обзоров, прогнозов <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания аналитических справок, обзоров, прогнозов.
-------------------	--

5 Место производственной практики в структуре ОПОП ВО

Производственная практика (4 семестр) базируется на результатах обучения, полученных обучающимся при изучении следующих дисциплин (модулей), практики:

- Основы интегрированных коммуникаций
- Основы маркетинга
- Введение в рекламу
- История зарубежной журналистики
- Математика и статистика
- Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования
- Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций
- Имиджелогия
- Художественный и компьютерный дизайн
- Деловая этика и профессиональные стандарты
- Основы теории коммуникации

Производственная практика (4 семестр) является обеспечивающей для дисциплин (модулей), практик:

- Основы интегрированных коммуникаций
- Современные технологии обработки социологической информации
- Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах
- Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью
- Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
- Межличностная коммуникация
- Коммуникационный менеджмент
- Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью
- Разработка и технологии производства рекламного продукта
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

- Социология общественного мнения
- Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью
- Современные технологии обработки социологической информации

Производственная практика 6 (семестр) базируется на результатах обучения, полученных обучающимися при изучении следующих дисциплин (модулей), практики:

- Основы интегрированных коммуникаций
- Современные технологии обработки социологической информации
- Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах
- Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью
- Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
- Межличностная коммуникация
- Коммуникационный менеджмент
- Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью
- Разработка и технологии производства рекламного продукта
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Социология общественного мнения
- Психология творческой деятельности в рекламе и связях с общественностью
- Современные технологии обработки социологической информации
- Основы медиапланирования

Производственная практика (6 семестр) является обеспечивающей для дисциплин (модулей), практик:

- Консалтинг
- Современная пресс-служба
- Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
- Технологии современного брендинга
- Основы кросс-культурных коммуникаций
- Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью
- Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью
- Технологии современного брендинга
- Психология массовых коммуникаций

– Преддипломная практика

Производственная практика проводится в 4 и 6 семестрах.

6 Объем производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики в 4 семестре составляет 9 зачетных единиц, продолжительность 6 недель

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме дифференцированного зачета.

Общая трудоемкость производственной практики в 6 семестре составляет 9 зачетных единиц, продолжительность 6 недель.

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

7 Рабочий график (план) проведения производственной практики

Производственная практика (4 семестр, 6 недель):

Разделы (этапы) практики	Содержание разделов (этапов) практики
Этап 1. Подготовительный этап	– прохождение инструктажа по технике безопасности организации; – прохождение – инструктажа на рабочем месте
Этап 2. Исследовательский этап	– изучение структуры и организации работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)
Этап 3. Производственный этап	– реализация знаний и умений по производству рекламного продукта в технологическом процессе разработки,

	<p>создания и продвижения рекламного продукта в организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - освоение видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы); - освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организации, занимающейся рекламой и связями с общественностью; - участие в организационных процессах организации при создании рекламных продуктов и услуг
Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации	<ul style="list-style-type: none"> - сбор и обработка статистического материала по деятельности организации, проведение маркетингового исследования, социологического опроса
Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике	<ul style="list-style-type: none"> - обработка и систематизация фактического материала; - подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практике

Производственная практика (6 семестр, 6 недель):

Разделы (этапы) практики	Содержание этапов практики
Этап 1. Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none"> - прохождение инструктажа по технике безопасности на предприятии; - прохождение инструктажа на

	рабочем месте.
Этап 2. Исследовательский этап	<ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры и организации работы организации; - изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)
Этап 3. Производственный этап	<ul style="list-style-type: none"> - Получение профессиональных умений и опыта при участии в технологических процессах разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации; - выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; - получение профессиональных умений и опыта при использовании методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью для внутренних и внешних аудиторий; - получение профессиональных умений и опыта применения информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; - Использование навыков организации, планирования,

	<p>подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоение видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы); – освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организации, занимающейся рекламой и связями с общественностью; – участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг
Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации	<ul style="list-style-type: none"> – Применение методов и технологий проведения маркетинговых, социологических исследований; – при сборе и обработке статистического материала по деятельности организации
Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике	<ul style="list-style-type: none"> – обработка и систематизация фактического материала; – подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практике.

8 Формы отчетности

Если практика проводится стационарно на базе Университета, то формой отчетности является: письменный отчет студента о результатах прохождения производственной практики.

Если практика проводится стационарно в профильных организациях Санкт-Петербурга, или выездная, вне Санкт-Петербурга, то формами отчетности являются:

- письменный отчет о результатах прохождения производственной практики,
- дневник практики с отзывом руководителя практики от профильной организации.

В отчете должны быть отражены следующие разделы: оглавление, введение, выполнение индивидуального задания, заключение, библиографический список. Объем отчёта составляет 5-10 страниц.

Отчёт выполняется на стандартной бумаге формата А4. Параметры печати: поля – верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см, шрифт *Times New Roman*, размер 14, интервал - полуторный, нумерация страниц снизу справа.

Дневник практики студента содержит основные сведения о практике студента (вид, тип, форма, место проведения, сроки проведения, руководители практики), график прохождения практики, содержание и объем проделанной работы, отзыв руководителя практики от организации.

9 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

9.1 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности обучающегося по итогам практики

- 1 По окончании практики студент защищает письменный отчет о результатах прохождения производственной практики.
- 2 При защите отчета учитываются: качество выполнения и оформление отчета, уровень владения докладываемым материалом, творческий подход к анализу материалов практик.
- 3 Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.
- 4 Студенты, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются повторно на прохождение практики в свободное от учебы время.
- 5 Студенты, не выполнившие программы практик без уважительной причины, получают неудовлетворительную оценку.

9.2 Описание критериев оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
«Отлично»/ «Зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики; — уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; — делает выводы и обобщения; — содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему; — обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся ясно и аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«Хорошо»/ «Зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся всесторонне усвоил материал при прохождении практики; — уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; — делает выводы и обобщения; — содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
	<p>требованиям к нему;</p> <ul style="list-style-type: none"> — обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; <p>обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>
«Удовлетворительно»/ «Зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся усвоил материал при прохождении практики; — излагает его и делает выводы не четко; — содержание отчета по практике обучающегося не полностью соответствует требованиям к нему; — обучающийся не до конца соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся недостаточно точно выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
	поставленные вопросы; обучающийся не использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«Неудовлетворительно»/ «Не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся не усвоил материал при прохождении практики; — содержание отчета по практике обучающегося не соответствует требованиям к нему; — обучающийся не соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся не может выделить основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся не может аргументировано излагать материал; — отсутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; - обучающийся не может использовать профессиональную терминологию при защите отчета по практике.

В качестве методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций обучающегося, используются локальные нормативные акты ФГБОУ ВО СПбГУ ГА:

- 1 Положение о порядке проведения текущего контроля успеваемости и о порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре.

- 2 Порядок организации и проведения практики обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

9.3 Типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации

Производственная практика (4 семестр)

- 1 Опишите нормативно-правовую базу регулирующую выполнение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в организации X
- 2 Охарактеризуйте основные профессиональные технологии для выполнения профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в организации X
- 3 Опишите основные принципы, концепции рекламы и связи с общественностью, технологии обработки, сегментирования, производства и распространения рекламной продукции и с использованием различных информационных, технологических средств связи, используемые в организации X
- 4 Какие инструменты анализа для обработки статистических данных по целевым аудиториям вы использовали.
- 5 Опишите технологии распространения рекламной продукции на различных носителях и средствах распространения информации;

Производственная практика (6 семестр)

- 6 Опишите нормативно-правовую базу, регулирующую выполнение профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в организации X
- 7 Охарактеризуйте основные профессиональные технологии для выполнения профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в организации X
- 8 Опишите основные принципы, концепции рекламы и связи с общественностью, технологии обработки, сегментирования, производства и распространения рекламной продукции и с использованием различных информационных, технологических средств связи, используемые в организации X
- 9 Опишите основные этапы и методы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий в организации X;
- 10 Опишите информационную и библиографическую культуру в решении стандартных задач профессиональной деятельности в организации;
- 11 Опишите технологии и способы подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические работы в рамках организации;

12 Опишите методы и технологии проведения маркетинговых и социологических исследований, используя профессиональную технологию написания аналитических справок и прогнозов при формировании и ведении баз медиа-данных.

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

а) основная литература:

- 1 Меньшенина, Н. Н. Лоббизм : учебное пособие для академического бакалавриата / Н. Н. Меньшенина, М. В. Пантелеева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 133 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04488-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E46357D5-96B0-4D4C-8E76-237C708E3839.
- 2 Гр и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, О. Г. Филатовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 315 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7335-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/CEF09846-7809-45A9-8F51-3228E53E4C90.
- 3 Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения : учеб.-практ. пособие / С. А. Попов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 447 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-01109-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8C87D9E1-5A8B-4464-8AD7-C63A37723283.
- 4 Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 193 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00968-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C82E3033-64F3-4B2D-B3CA-41CE590459E6.
- 5 Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 255 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A49FECB9-B8EE-4736-8714-450457BD2C55.
- 6 Панфилова, А. П. Взаимодействие участников образовательного процесса : учебник для бакалавров / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 487 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3314-7. —

Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/CB82CB1D-9EAD-4760-99DF-58BDFE3E0749

- 7 Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D33B5A6A-CBDA-420A-A17C-E1F5179DBB3A.
- 8 Сальникова, Л. С. **Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии:** учебник для академического бакалавриата / Л. С. Сальникова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 305 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08505-1. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/13A2EAA5-0539-4FDC-94B4-028B5EC2AB22.
Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/0886922F-437B-46A7-9A37-6C323D46D401.
- 9 Новожилов, О. П. Архитектура эвм и систем в 2 ч. Часть 1 : учебное пособие для академического бакалавриата / О. П. Новожилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 276 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07717-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B09729F3-2774-4EA1-AEAF-CF31553431D5.

б) дополнительная литература:

- 10 Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D055226B-BE86-452A-AA42-B108ADC5FF11.
- 11 Колышкина, Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для СПО / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 164 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00996-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D3AE29C8-6159-4A0B-9481-FC79FE64630E.
- 12 Спивак, В. А. Деловая этика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — М. :

Издательство Юрайт, 2017. — 522 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00847-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3888811F-9F1C-43C0-A4E2-4D0449841260.

- 13 Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Е. Кедрова [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 439 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01031-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/170F1E70-CC31-47C1-B77C-393F07613B2D.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 14 Журнал «Советник» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.SOVETNIK.ru , свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 15 Журнал «Сообщение» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 16 Журнал PR-Week [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.prweekuk.com> , свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 17 International Association of Business Communicators [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 18 Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 19 Уроки по Photoshop, Illustrator [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://alllessons.msk.ru/illustrator.html> , свободный (дата обращения: 14.01.2017).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 20 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 21 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 22 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).
- 23 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

24 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

11 Материально-техническая база практики

Производственная база организации:

- производственное, научно-исследовательское оборудование организации;
- аудитории с проектором и доступом в интернет организации;
- информационно-справочные, распорядительные документы, должностные инструкции, аналитические справки и отчеты о целевых аудиториях, с которыми работает организация;
- Техническое и иное оборудование отдела по связям с общественностью и рекламы, пресс-службы организации;
- Техническое и иное оборудование, документация корпоративных СМИ организации;
- Материалы и документация по результатам маркетинговых и социологических исследований;
- Техническое и иное оборудование аудитории 334 для защиты отчетов по практике.

Организации для проведения стационарной практики:

1. ООО «Гостиница «Пулковская» (г. Санкт-Петербург), договор б/н/00101/2017 от 23.10.2017

Организации для проведения выездной практики:

ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в РФ:

2. Филиал «Аэронавигация Юга» (г. Ростов-на-Дону), договор № 00037 от 31.05.2016
3. Филиал «СевУралаэронавигация» (г. Сыктывкар), договор № 00044/2016 от 05.07.2016
4. Филиал «Аэронавигация Северо-Востока» (г. Магадан), договор № 60-ПР/2016 от 23.08.2016
5. Филиал «ВостСибазэронавигация» (г. Иркутск), договор № 59-ПР/2016 от 29.07.2016
6. Филиал «Аэронавигация Северо-Запада» (г. Санкт-Петербург), соглашение № 00042/2016 от 01.06.2016

7. Филиал «Аэронавигация Центральной Волги» (г. Самара), договор № 00050/2016 от 02.08.2016
8. Филиал «Татаэронавигация» (г. Казань), договор № 58-ПР/2016 от 23.08.2016
9. Филиал «Аэронавигация Урала» (г. Екатеринбург), договор № 00059/2016 от 02.11.2016
10. Филиал «Аэронавигация Центральной Сибири» (г. Красноярск), соглашение б/н от 15.02.2017
11. Филиал «Крымаэронавигация» (г. Симферополь), договор №1/2017 от 03.07.2017
12. Филиал «Камчатаяэронавигация» (г. Елизово, Камчатский край), договор №255/17 от 13.12.2017
13. ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» производственный отдел, (г. Санкт-Петербург), договор № 00032/2016 от 15.04.2016
14. ОАО «Аэропорт Анапа», договор № 00064/2016 от 26.12.2016
15. АО «Международный аэропорт Краснодар», договор № 30/17-МАКР от 01.01.2017
16. АО «Международный аэропорт Сочи», договор № 00065/2016 от 26.12.2016
17. ОАО «Международный аэропорт Владивосток», договор № 00035/2016/232-83/2016 от 23.05.2016
18. АО «Челябинское авиапредприятие», договор № 247 от 01.09.2016
19. ОАО «Международный аэропорт Минеральные Воды», договор № 1101/2016-У от 15.07.2016
20. АО «Аэропорт Толмачёво» (г. Новосибирск), договор № 28-160674 от 30.08.2016
21. ОАО «Аэропорт «Бегишево» (г. Нижнекамск), договор № БГШ-506\16 от 13.07.2016
22. ГП КК «Авиапредприятие «Черемшанка» (г. Красноярск), договор № 054/2016 от 12.09.2016
23. ОАО «Омский аэропорт», договор №720/07-2018 от 12.07.2018
24. АО «Аэропорт «Храброво» (г. Калининград), договор DOU-141/16 от 16.12.2016
25. ПАО «Аэропорт Кольцово» (г. Екатеринбург), договор № 00063/2016 от 26.12.2016
26. АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (г. Елизово)», договор № 00061/2016 от 30.11.2016
27. АО «Аэропорт Архангельск», договор №72-ПД-17 от 19.04.2017
28. АО «Аэропорт Пулково» (г. Санкт-Петербург), договор №00071/2017 от 03.04.2017
29. ПАО «Аэропорт Братск», договор № 00082/2017 от 18.05.2017
30. АО «Международный аэропорт «Уфа», договор №00085/2017 от 23.05.2017

31. ПАО «Аэропорт Мурманск», договор № а/п-1946/17 от 23.06.2017
32. ПАО «Международный аэропорт Нижний Новгород», договор №00084/2017/ МАНН-534/17-Р57 от 22.05.2017
33. ОАО «Аэропорт Туношна» (г. Ярославль) договор №00099/2017 от 14.11.2017
34. ООО «Международный Аэропорт «Симферополь», договор №00097/2017 от 09.10.2017

Авиакомпании

35. ОАО Авиакомпания «Уральские авиалинии» (г. Екатеринбург), договор №8.1/1297-16 от 23.11.2016
36. ГП КК «КрасАвиа» (г. Красноярск), договор №5499/16 от 19.08.2016
37. АО «Ижавиа» (г. Ижевск), договор №941-16/3 от 1.09.2017
38. ООО Авиакомпания «Турухан» (г. Красноярск), договор №39 от 14.02.2017
39. АО «Нордавиа – региональные авиалинии» (г. Архангельск), договор №668-Н25-17 от 01.12.2017
40. ОАО «Псковавиа» (г. Псков), договор №00112/2018 от 29 декабря 2017

Предприятия по обслуживанию авиакомпаний

41. ООО «Аэролайн» (г. Санкт-Петербург), договор №00072/2017 от 03.04.2017
42. ООО «Виртранс» (г. Санкт-Петербург), договор №00070/2017 от 03.04.2017

Государственные и муниципальные организации

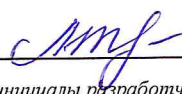
43. Муниципальный совет муниципального образования поселок Шушары (г. Санкт-Петербург), договор №00028/2016 от 31.03.2016
44. Главное следственное управление Следственного комитета Российской Федерации по городу Санкт-Петербургу, договор №00049/2016 от 20.07.2016
45. Комитет имущественных отношений Санкт-Петербурга, договор №30/16а от 15.02.2016
46. Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Агентство внешнего транспорта», соглашение о сотрудничестве № 01 от 16.04.2015
47. Администрация Пушкинского района г. Санкт-Петербурга, договор №00078/2017 от 24.04.2017
48. Комитет по развитию транспортной инфраструктуры Санкт – Петербурга, договор №00032/2016 от 16.06.2016

Программа производственной практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «18» января 2016 года, протокол № 6.

Разработчики:

к.с.н., доцент



Таджибова Л.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

ст.преподаватель



Мухортова В.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20» января 2016 года, протокол № 3.

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол №10 (в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»).