



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

УТВЕРЖДАЮ



Ректор

Ю.Ю. Михальчевский

« 21 » октября 2021 года

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2021

1 Цели производственной (преддипломной) практики

Целями производственной (преддипломной) практики по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» являются:

- получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
- сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.

2 Задачи производственной (преддипломной) практики

- изучить структуру, историю создания, цель, задачи и направления деятельности принимающей организации;
- самостоятельно организовать или принять участие в проведении конкретного PR-мероприятия;
- подготовить описание данного PR-мероприятия, проанализировать средства и методы, использованные при реализации мероприятия, достоинства и недостатки его организации и проведения, оценить его эффективность, сформулировать рекомендации;
- собрать теоретический и эмпирический материал, необходимый для написания выпускной квалификационной работы;
- подготовить черновой вариант практической главы выпускной квалификационной работы.

3 Формы и способы проведения производственной (преддипломной) практики

Производственная (преддипломная практика) проводится путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени (в неделях), предусмотренного ОПОП ВО (8 семестр, 18 недель).

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 (преддипломной) практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты обучения:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения на производственной практике
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);	<p>Знать: Обучающийся целостно раскрывает существенные характеристики, демонстрирует сформированные системные знания особенностей формирования целей поиска и анализа, выбора источника информации, системного подхода решения задач ;</p> <p>Уметь: Обучающийся реализует умение осуществлять поиск информации; выбирать, использовать необходимую информацию, сравнивать, выявлять связи, проверять достоверность информации, резюмировать информацию;</p> <p>Владеть: Обучающийся демонстрирует свободное, успешное и систематическое применение навыков научного мышления, навыком анализа, синтеза, обобщения, выделения информации, выявление связей, свойств, зависимостей между элементами системы, навыками применения системного подхода для решения поставленных задач .</p>
Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10)	<p>Знать: Знает основные термины и понятия гражданского права, используемые в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения</p> <p>Уметь: Умеет правильно толковать гражданско- правовые термины, используемые</p>

	<p>В антикоррупционном законодательстве; давать оценку коррупционному поведению и применять на практике антикоррупционное законодательство</p> <p>Владеть:</p> <p>Владеет навыками правильного толкования гражданско-правовых терминов, используемых в антикоррупционном законодательстве, а так же навыками применения на практике антикоррупционного законодательства, правовой квалификацией коррупционного поведения и его пресечения</p>
<p>Способен 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 (ОПК-1);</p>	<p>Знать:</p> <p>общественные и рыночные тенденции в сфере создания и реализации медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ и их отличительные черты, основы литературного редактирования; особенности норм русского и иностранных языков ;</p> <p>Уметь:</p> <p>применять навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью; создавать тексты рекламы и связей с общественностью, определять отличительные черты медиасегментов и платформ ;</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>
<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)</p>	<p>Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории.</p> <p>Уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.</p> <p>Владеть: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.</p>
<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и</p>	<p>Знать: теоретические основы отечественного и мирового культурного процесса.</p> <p>Уметь: учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также специфику средств художественной выразительности в процессе</p>

<p>(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)</p>	<p>создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности.</p>
<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4)</p>	<p>Знать: специфику профессиональной деятельности, содержание профессиональных функций. Уметь: решать задачи профессиональной деятельности под управлением. Владеть: коммуникативными и управленческими навыками в области рекламы и связей с общественностью.</p>
<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)</p>	<p>Знать: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью. Уметь: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.</p>
<p>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);</p>	<p>Знать: Обучающийся целостно раскрывает сущностные характеристики, демонстрирует сформированные системные знания задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры ; Уметь: Обучающийся реализует умение оперировать основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации ; Владеть: Обучающийся демонстрирует свободное, успешное и систематическое применение навыков работы с компьютером как средством управления информацией, развитой информационной и библиографической культурой, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации .</p>
<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной</p>	<p>Знать: Обучающийся целостно раскрывает сущностные характеристики, демонстрирует сформированные</p>

<p>деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);</p>	<p>системные знания отдельных принципов социальной ответственности, видов, форм и инструментов социальной ответственности; особенностей отбора информации, профессиональных средств и приемов, этических норм, современных подходов к оценке эффективности социальной ответственности ;</p> <p>Уметь:</p> <p>Обучающийся реализует умение самостоятельно (применяет), в том числе при изменяющихся условиях Умеет адаптировать, проектировать и реализовывать использовать информацию, учитывая эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; применять полученные знания в практической деятельности управления социально-политическими процессами, следуя принципам социальной ответственности ;</p> <p>Владеть:</p> <p>Обучающийся демонстрирует свободное, успешное и систематическое применение навыков, успешно применяет творческую модификацию анализа системы социальной ответственности в организации; навыками формирования мотивов социальной ответственности в организации; навыками внедрения различных типов корпоративной социальной ответственности в деятельность современной организации .</p>
<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПК-4);</p>	<p>Знать:</p> <p>Обучающийся целостно раскрывает сущностные характеристики, демонстрирует сформированные системные знания составляющих и последовательности маркетинговых исследований; способы организации прямого маркетинга и личных продаж; методы оценки эффективности применения маркетинговых коммуникаций; особенности маркетингового инструментария при планировании производства, мониторинга обратной связи;</p> <p>Уметь:</p> <p>Обучающийся реализует умение использовать основные маркетинговые инструменты в профессиональной деятельности, принимать участие в организации и выполнения профессиональных задач, связанных с применением маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации</p>

	<p>коммуникационного продукта, проводить маркетинговый анализ собранных данных; дать оценку полученным результатам исследования ; Владеть: Обучающийся демонстрирует свободное, успешное и систематическое применение навыков маркетингового анализа; навыками составления плана маркетингового исследования и его проведения; современными технологиями сбора и анализа информации .</p>
--	---

5 Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОПОП ВО

Производственная (преддипломная) практика базируется на результатах обучения, полученных обучающимися при изучении следующих дисциплин , практик:

- Ресурсное обеспечение авиабизнеса
- Социология и психология рекламы и связей с общественностью
- Основы информационно-аналитической работы
- Коммуникационное обеспечение авиабизнеса
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
- Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью
- Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью
- Разработка и технологии производства рекламного продукта в авиабизнесе
- Аналитика дискурса авиабизнеса
- Проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью

Преддипломная практика проводится в 8 семестре.

6 Объем производственной (преддипломной) практики

Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет 9 зачетных единиц, продолжительность 6 недель, 324 академических часа.

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

7 Рабочий график (план) проведения производственной (преддипломной) практики

Разделы (этапы) практики	Содержание этапов практики
Исследовательский этап	изучение структуры и работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)
Производственный этап	<ul style="list-style-type: none">- Изучение структуры технологических процессов разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации;- выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;- использование навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции;- Применение методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью- Реализация информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;- Применение навыков 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;- освоение форм и видов деятельности специалиста в

	<p>службе рекламы (компании, фирмы);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 выявление проблемных зон в работе структурного подразделения; - разработка предложений по преодолению выявленных проблем рекламной деятельности и связей с общественностью на предприятии.
<p>Этап обработки и анализа полученной информации</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия; - сбор и анализ материала, подготовка обзоров, аналитических справок для проведения маркетинговых и социологических исследований, для составления базового пакета документов к выпускной квалификационной работе - подготовка отчёта по преддипломной практике.

8 Формы отчетности

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

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

- письменный отчет о результатах прохождения преддипломной 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 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 производственной (преддипломной) практике

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

- 1 По окончании практики студент защищает письменный отчет о результатах прохождения преддипломной практики.
- 2 При защите отчета учитываются: качество выполнения и оформление отчета, уровень владения докладываемым материалом, творческий подход к анализу материалов практик и др. показатели.
- 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»	— 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;

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
	<ul style="list-style-type: none"> — 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 требованиям к нему; — 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; обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
«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;

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на 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:

- Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации», обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата и программам специалитета (формы, периодичность и порядок);

- Порядок организации и проведения практики студентов Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт – Петербургский государственный университет

гражданской авиации», осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры.

9.3 Типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации

- 1 Дать систематический анализ и оценку основных профессиональных технологий составления рекламных текстов, ATL, BTL, TTL-рекламы; моделей воздействия рекламы, моделей консалтинговых услуг, методов работы со СМИ, медиа-стратегий и медиа-тактик, видов медиа-программ, предложениям и презентациям товаров в практике B2B, B2C, источников рекламной информации, формулы RACE; эффективных стратегий, оптимальных средств формирования имиджа.
- 2 Дать систематический анализ и оценку работы в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена, ведения переговоров, навыков моделирования бизнес-процессов в организации, методов и приемов организации работы отдела с целью реализации корпоративной политики, организации и функционирования пресс-служб в коммерческих организациях, а также общественных и государственных структурах.
- 3 Представить и прокомментировать особенности планирования, сегментирования и проведения рекламных, коммуникационных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью в организации для обеспечения внутренней и внешней коммуникации.
- 4 Дать квалифицированную оценку организации, планированию, подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
- 5 Представить и прокомментировать макет анкеты для проведения маркетинговых и социологических исследований.
- 6 Представить аналитическую справку и обзор материала, подготовленного для включения в состав выпускной квалификационной работы.

производственной (преддипломной) 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 Gr 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, 2018. — 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, 2018. — 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, 2018. — 276 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07717-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B09729F3-2774-4EA1-AEAF-CF31553431D5.
- 10 Малькевич, А. А. **Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05740-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8.
- 11 Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под ред. М. М. Васильевой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 366 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04540-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6219D16A-0D81-47D7-B6AB-3841EBA0EB06.
- 12 Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 267 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/37BD9D47-5E9E-4B7C-B1C9-55EAC6FB020D.

- 13 Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/26399AD9-3595-420C-A2CE-62401F9D46CE.
- 14 Виноградова, С. М. **Психология массовой коммуникации** : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD/psihologiya-massovoy-kommunikacii>
- 15 Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 327 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01325-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C3F6015-A4F5-4A62-8D23-B3FC826C3602.

б) дополнительная литература:

- 16 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.
- 17 Кольшикина, Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для СПО / Т. Б. Кольшикина, 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.
- 18 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.
- 19 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.

20 Чумиков, А. Н. **Связи с общественностью**. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 173 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/849E155B-35CD-4022-8918-586BEBD44193.

21 Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 263 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50AD

22 Ефимова, Н. С., Литвинова, А.В. **Социальная психология**: учеб. для бакалавров [Текст] / Н. С. Ефимова, А. В. Литвинова. — М.: Юрайт, 2012. — 442 с.— ISBN 978-5-9916-1564-8. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C7C7B8E0-D829-49E2-938B-442DCFA95FBE/socialnaya-psihologiya>

23 Федотова, Л. Н. **Социология массовых коммуникаций. Теория и практика** : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 603 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BB/sociologiya-massovyh-kommunikaciy-teoriya-i-praktika>

24 Касьянов, В. В. **Социология массовой коммуникации** : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 299 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04971-8. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D/sociologiya-massovoy-kommunikacii>

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

25 Журнал «Советник» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.SOVETNIK.ru, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

26 Журнал «Сообщение» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

27 Журнал PR-Week [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prweekuk.com> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

28 International Association of Business Communicators [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

29 Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

30 Уроки по Photoshop, Illustrator [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://alllessons.msk.ru/illustrator.html> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

31 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

32 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

33 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

34 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

35 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

11 Материально-техническая база производственной (преддипломной) 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.

Преддипломная практика также проводится в организациях и учреждениях, обладающих необходимым кадровым и научным потенциалом, в частности, в пиар-отделах, пиар-службах, пресс-службах, маркетинговых отделах организаций, действующих в различных сферах общественных отношений (политических, экономических, культурных, некоммерческих, общественных и др.).

Организации для проведения стационарной практики:

1. ООО «Лурд» (г. Санкт-Петербург), договор №068/2018 от 09.07.2018
2. ООО «Бизнес Групп» (г. Санкт-Петербург), договор №067/2018 от 09.07.2018
3. ООО «РПК «Ганза» (г. Санкт – Петербург), договор №069/2018 от 09.07.2018
4. 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:

5. Филиал «Аэронавигация Юга» (г. Ростов-на-Дону), договор № 00037 от 31.05.2016
6. Филиал «СевУралаэронавигация» (г. Сыктывкар), договор № 00044/2016 от 05.07.2016
7. Филиал «Аэронавигация Северо-Востока» (г. Магадан), договор № 60-ПР/2016 от 23.08.2016

8. Филиал «ВостСибавиационная» (г. Иркутск), договор № 59-ПР/2016 от 29.07.2016
9. Филиал «Авиационная Северо-Запада» (г. Санкт-Петербург), соглашение № 00042/2016 от 01.06.2016
10. Филиал «Авиационная Центральной Волги» (г. Самара), договор № 00050/2016 от 02.08.2016
11. Филиал «ТатаАвиационная» (г. Казань), договор № 58-ПР/2016 от 23.08.2016
12. Филиал «Авиационная Урала» (г. Екатеринбург), договор № 00059/2016 от 02.11.2016
13. Филиал «Авиационная Центральной Сибири» (г. Красноярск), соглашение б/н от 15.02.2017
14. Филиал «Крымавиационная» (г. Симферополь), договор №1/2017 от 03.07.2017
15. Филиал «КамчаткаАвиационная» (г. Елизово, Камчатский край), договор №255/17 от 13.12.2017
16. Филиал «Авиационная Дальнего Востока» (г. Хабаровск), договор №18-0014 от 01.02.2018
17. Филиал «Авиационная Северо-Восточной Сибири» (г. Якутск), договор №04/01 от 19.04.2018
18. ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» производственный отдел, (г. Санкт-Петербург), договор № 00032/2016 от 15.04.2016
19. ОАО «Аэропорт Анапа», договор № 00064/2016 от 26.12.2016
20. АО «Международный аэропорт Краснодар», договор № 30/17-МАКР от 01.01.2017
21. АО «Международный аэропорт Сочи», договор № 00065/2016 от 26.12.2016
22. ОАО «Международный аэропорт Владивосток», договор № 00035/2016/232-83/2016 от 23.05.2016
23. АО «Челябинское авиапредприятие», договор № 247 от 01.09.2016
24. ОАО «Международный аэропорт Минеральные Воды», договор № 1101/2016-У от 15.07.2016
25. АО «Аэропорт Толмачёво» (г. Новосибирск), договор № 28-160674 от 30.08.2016
26. ОАО «Аэропорт «Бегишево» (г. Нижнекамск), договор № БГШ-506\16 от 13.07.2016
27. АО «Ростоваэроинвест» (а/п Платов, г. Ростов-на-Дону), договор РНД-228/18-Д06 от 14.02.2018

28. ГП КК «Авиапредприятие «Черемшанка» (г. Красноярск), договор № 054/2016 от 12.09.2016
29. ОАО «Омский аэропорт», договор №720/07-2018 от 12.07.2018
30. АО «Аэропорт «Храброво» (г. Калининград), договор DOU-141/16 от 16.12.2016
31. ПАО «Аэропорт Кольцово» (г. Екатеринбург), договор № 00063/2016 от 26.12.2016
32. АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (г. Елизово)», договор № 00061/2016 от 30.11.2016
33. АО «Аэропорт Архангельск», договор №72-ПД-17 от 19.04.2017
34. АО «Аэропорт Пулково» (г. Санкт-Петербург), договор №00071/2017 от 03.04.2017
35. ПАО «Аэропорт Братск», договор № 00082/2017 от 18.05.2017
36. АО «Международный аэропорт «Уфа», договор №00085/2017 от 23.05.2017
37. ПАО «Аэропорт Мурманск», договор № а/п-1946/17 от 23.06.2017
38. ГУП Оренбургской области «Международный аэропорт «Оренбург», договор № 646/АП-2018 от 11.07.2018
39. ПАО «Международный аэропорт Нижний Новгород», договор №00084/2017/ МАНН-534/17-Р57 от 22.05.2017
40. ОАО «Аэропорт Туношна» (г. Ярославль) договор №00099/2017 от 14.11.2017
41. ООО «Международный Аэропорт «Симферополь», договор №00097/2017 от 09.10.2017
42. АО «Хабаровский Аэропорт», договор №15-100/18 от 09.02.2018
43. ООО «Центр Авиа» (г. Иваново), договор №00117/2018 от 12.04.2018
44. ОАО «Аэропорт Сургут», соглашение о социальном партнерстве от 25.04.2018
45. АО «Международный аэропорт Калуга», договор №18/161 от 26.06.2018

Авиакомпании

46. ОАО Авиакомпания «Уральские авиалинии» (г. Екатеринбург), договор №8.1/1297-16 от 23.11.2016
47. ГП КК «КрасАвиа» (г. Красноярск), договор №5499/16 от 19.08.2016
48. АО «Ижавиа» (г. Ижевск), договор №941-16/3 от 1.09.2017
49. ООО Авиакомпания «Турухан» (г. Красноярск), договор №39 от 14.02.2017
50. АО «Нордавиа – региональные авиалинии» (г. Архангельск), договор №668-Н25-17 от 01.12.2017

- 51.ОАО «Псковавиа» (г. Псков), договор №00112/2018 от 29 декабря 2017
- 52.ООО Авиакомпания «Авиастар –ТУ» (г. Жуковский, Московская обл.), договор №000111/2018 от 01.03.2018
- 53.АО «Авиакомпания «Россия» (Москва, Санкт – Петербург), договор № 00115/2018 от 23.03.2018

Предприятия по обслуживанию авиакомпаний

- 54.ООО «Аэролайн» (г. Санкт-Петербург), договор №00072/2017 от 03.04.2017
- 55.ООО «Виртранс» (г. Санкт-Петербург), договор №00070/2017 от 03.04.2017
- 56.ООО «ДжетПорт СПб» (г. Санкт-Петербург), договор №1 от 09.04.2018

Государственные и муниципальные организации

- 57.Муниципальный совет муниципального образования поселок Шушары (г. Санкт-Петербург), договор №00028/2016 от 31.03.2016
- 58.Главное следственное управление Следственного комитета Российской Федерации по городу Санкт-Петербургу, договор №00049/2016 от 20.07.2016
- 59.Комитет имущественных отношений Санкт-Петербурга, договор №30/16а от 15.02.2016
- 60.Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Агентство внешнего транспорта», соглашение о сотрудничестве № 01 от 16.04.2015
- 61.Администрация Пушкинского района г. Санкт-Петербурга, договор №00078/2017 от 24. 04.2017
62. Комитет по развитию транспортной инфраструктуры Санкт – Петербурга, договор №00032/2016 от 16.06.2016

Программа производственной (преддипломной 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» «31» 01 2021 года, протокол № 1.

Разработчики:

ст. преподаватель

Мухортова В.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

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 ВО

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» 10 2021 года, протокол № 2.